

TARTU ÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ettevõtetmajanduse instituut

Märt Saarmets

**ETTEVÕTTE ÜHISKONDLIK VASTUTUS JA SELLE HINDAMISE  
VÕIMALUSED EESTIS**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: lektor Kurmet Kivipõld

Tartu 2012

Soovitan suunata kaitsmisele .....

(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud „ „ .....2012. a.

Juhtimise õppetooli juhataja

Maaja Vadi .....

(allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

## SISUKORD

SISSEJUHATUS .....	4
1. ETTEVÕTTE ÜHISKONDLIKU VASTUTUSE KONTSEPTSIOON JA OLEMUS	6
1.1 Ettevõtte ühiskondliku vastutuse mõiste ning vajalikkus .....	6
1.2 Ettevõtte ühiskondliku vastutuse mudelid .....	13
1.3 Erinevad hindamisvõimalused ning nende võrdlus.....	20
2. ETTEVÕTTE ÜHISKONDLIKU VASTUTUSE HINDAMISE VÕIMALUSED EESTIS.....	27
2.1 Empiirilise uuringu kirjeldus.....	27
2.2 Ekspertide seisukohad ning hinnangud erinevatele meetoditele.....	31
2.3 Ekspertide seisukohad ettevõtte ühiskondliku vastutuse osas Eestis, järeldused ja ettepanekud .....	38
KOKKUVÕTE.....	44
VIIDATUD ALLIKAD .....	46
LISAD .....	49
Lisa 1. Carrolli püramiid ja Jonesi lõikuvad ringid.....	49
Lisa 2. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse poolt- ja vastuargumendid .....	50
Lisa 3. Valik Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi küsimustikust.....	51
Lisa 4. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse teemalise süvaintervjuu struktuur .....	53
SUMMARY .....	55

## SISSEJUHATUS

Tänapäeva globaliseerivas maailmas on ettevõtetel üha raskem konkurentidest eristuda, uusi kliente võita ja edukana püsida. Üheks võimaluseks on ettevõttel pakkuda ühiskonnale lisaväärtust, mida teised ei paku.

Ettevõtte ühiskondlik vastutus on meetod, mille abil saab ettevõtte end ühiskonnas nähtavaks ning eriliseks teha ning samal ajal siduda end tihedamalt huvigruppidega. Vabatahtlikult võetud heategevad suunad, eetilised ja õigusjärgsed ning majanduslikud tegevused kokku moodustavad organisatsiooni ühiskondliku vastutuse. Kuna ettevõtte ühiskondlik vastutus on tänapäevases globaliseerivas maailmas väga kiirelt leviv nähtus, on vaid aja küsimus, millal see saavutab ka Eestis sama suured mõõtmed.

Kui ettevõtted aga hakkavad üha enam arvestama ühiskonnaga, tekib küsimus, kui palju siis ikkagi peaks panustama ühiskonna heaolusse, et see oleks ka kasumlik? Oma pikaajalise kasumlikkuse tõttu ongi ettevõtete ühiskondlik vastutus saavutanud nii suure tuntuse ning paljud juhid on lisanud selle enda ettevõtte strateegiasse. Et analüüsida enda tegevust vastutustundlikul tasandil ning saada ülevaade selle kasust, peavad olema välja töötatud ühtsed alused, mille põhjal saavad ettevõtted hinnata enda positsiooni ning võrrelda seda nii otseste konkurentide kui ka ülejäänud ettevõtetega. Vähemtähtis ei ole ka enda ettevõtte arengu jälgimine ajas.

See küsimus on toonud esile uurimisprobleemi, et kuidas hinnata ettevõtte ühiskondlikku vastutust. Antud töö eesmärgiks on selgitada välja sobivaimad ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamise meetodid Eestis.

Sellest tulenevalt on püstitatud järgnevad uurimisülesanded:

1. Defineerida ettevõtte ühiskondliku vastutuse mõiste
2. Saada ülevaade ühiskondliku vastutuse kasulikkusest
3. Selgitada välja ning analüüsida kuidas on võimalik ettevõtte ühiskondlikku vastutust hinnata
4. Analüüsida erinevaid hindamismeetodeid, et viia läbi süvaintervjuud
5. Töötada välja intervjuu kava ja intervjuud läbi viia
6. Teha järeldused ja ettepanekud ühiskondliku vastutuse hindamiseks

Autorile teadaolevalt ei ole ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamise võimalustest Eestis varem uurimistööd kirjutatud. On uuritud erinevaid sektoreid (näiteks turismiettevõtted või ehitusettevõtted) ja hinnatud ühte organisatsiooni, kuid parima hindamismeetodi leidmiseks Eestis ei ole uurimust tehtud. Selline uuring ning analüüs on vajalik, et selgitada välja sobivaim ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamismeetod Eesti ettevõtete jaoks ja et oleks võimalik erinevate uuringute ning projektide jaoks valida kõige optimaalsem variant.

Töö jaguneb kaheks suuremaks läbivaks peatükiks. Esimeses peatükis tuuakse välja ettevõtte ühiskondliku vastutuse definitsiooni areng läbi aegade ning tuuakse välja selle kasulikkus erinevatele huvigruppidele. Samuti tuuakse välja ettevõtte ühiskondliku vastutuse käsitluste erinevad mudelid. Esimese peatüki viimases alapunktis toob autor kirjanduse põhjal välja maailmas enamkasutatavad meetodid ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamiseks ning võrdleb neid.

Teine peatükk käsitleb autori poolt läbi viidud empiirilist uuringut, mille käigus viidi ekspertidega läbi süvaintervjuud. Peatükk annab ülevaate uuringu taustast ja tulemustest. Kolmandas alapeatükis esitab autor enda järeldused ning ettepanekud, toetudes eelnevale teoreetilisele materjalile.

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse mõiste inglise keelset vastet *Corporate Social Responsibility* on tõlgitud eesti keelde kui „ettevõtte sotsiaalne vastutus“ või „ettevõtte ühiskondlik vastutus“. Autor kasutab edaspidi antud töös mõistet „ettevõtte ühiskondlik vastutus“ (EÜV), mis annab autori hinnangul paremini edasi mõiste sisu.

# 1. ETTEVÕTTE ÜHISKONDLIKU VASTUTUSE KONTSEPTSIOON JA OLEMUS

## 1.1 Ettevõtte ühiskondliku vastutuse mõiste ning vajalikkus

Käesolevas peatükis antakse ülevaade ettevõtte ühiskondliku vastutuse (EÜV) mõiste käsitlestest ning ühiskondliku vastutuse hindamisest. Antud alapeatükk käsitleb ettevõtte ühiskondliku vastutuse mõiste raamistikku ja analüüsib EÜV vajalikkust ettevõtetele.

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse definitsiooni osas ei ole välja kujunenud ühtset kindlat vastet ning seetõttu sõnastavad erinevad autorid EÜV sisu ka erinevalt. Üheks põhjuseks on EÜV laiahaardelisus ning autori poolt sõnastatav definitsioon sõltub väga palju uuritavast valdkonnast.

Ettevõtte ühiskondlik vastutus on tänapäeva rahvusvahelistes diskussioonides leidnud palju kajastamist. Viimase kahe aastakümne jooksul on seda teemat aina raskem vältida kuna see on saanud üha aktuaalsemaks teemaks ettevõtetele üle kogu maailma. (Aras, Crowther 2008: 279)

EÜV ei ole uus fenomen – selle kõrgpunkt oli 1970. aastatel industrialiseerunud lääneriikides, kus ta kerkis esile tõsiste probleemide tõttu: naftakriis, mineraalide puudus, happevihmad ning muud globaalsed probleemid. (Abreu *et al.* 2005: 3)

Seda teemat on käsitletud aga juba palju varem – ettevõtete soovist aidata ühiskonda on kirjutatud juba sajandeid tagasi. Ametlikud käsitlelused on aga tekkinud 20. sajandil, eriti viimase 60 aasta jooksul (kõige enam USAs). (Carrol 1999: 268)

Üks esimesi ettevõtte ühiskondliku vastutuse definitsioone on välja toonud EÜV teerajajaks peetav (*Ibid*: 270) Howard R. Bowen oma 1953. aasta töös: Ettevõtte

ühiskondlik vastutus on ettevõtete kohustus püüelda selliste põhimõtete poole, teha selliseid otsuseid või järgida selliseid tegevusliine, mis lähtuvad soovitatavatest eesmärkidest ja väärtustest meie ühiskonnas. (Bowen 1953: 6, viidatud Carrol 1999: 270 vahendusel)

1960. aastatel kasvas oluliselt ettevõtte ühiskondlikku vastutust käsitleva kirjanduse hulk. Keith Davis tõi oma 1960. aasta töös välja, et EÜV on ettevõtte otsused ja teod, mis on vastu võetud vähemalt osaliselt väljaspool ettevõtte otseseid majanduslikke ja tehnilisi huvisid. Samuti lisas ta, et ühiskondlikult vastutustundlikud otsused on õigustatud pärast pika ja keerulise kaalutusprotsessi läbimist (mis lõpuks tasub ära ühiskondliku vastutuse rakendamise tõttu) kuna seeläbi on ettevõttel hea väljavaade saada pikaajalist majanduslikku kasu (Davis 1960: 70). See seisukoht sai laialdaselt kasutatavaks 1970. a. lõpul ja 1980. aastatel.

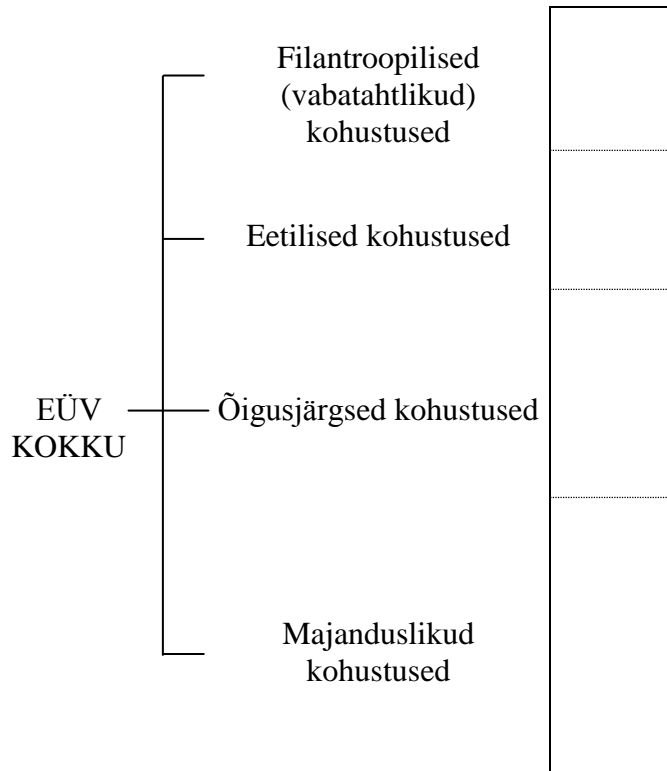
1970. aastatel hakkas tekkima konkreetsemaid ning mõjukamaid definitsioone, kuna ettevõtte vastutus ühiskonna ees hakkas aina rohkem esile kerkima ning seda hakati ka rohkem uurima ning käsitlema.

Esimese huvitava käsitlusega kerkis esile Harold Johnson, kes nõustus eelnevate definitsioonidega, et EÜV tähendab ettevõtte jaoks lisaks kasumi maksimeerimisele ka arvestamist enda sidusgruppidega nagu töötajad, tarnijad, kohalik kogukond ja rahvas. Samas lisas ta, et tugevalt kasumile orienteeritud ettevõtted võivad samuti kasutada EÜV kontseptsiooni (mida nad tavaliselt ei kasuta). Kui kasumi-eesmärgid on täidetud, käituvad nad nagu oleks EÜV olnud nende jaoks oluline eesmärk – kuigi tegelikult see nii ei ole. Seega – ettevõtte kasum on tähtsaim ning ühiskonna heaolu on teisejärguline. Ühiskonda võetakse arvesse alles siis, kui omanikud tunnevad, et on saanud piisavalt tasustatud ning jõutakse selle piirini, kus ollakse valmis tegema ka vabatahtlikke kulutusi. (Johnson 1971: 75)

Carroll (1979: 500) täheldas, et enamik definitsiooni käsitlusi viitasid ettevõtte kohustusele teenida kasumit, järgida seaduseid ja „minna kaugemale“ nendest tegevustest. Samuti, et definitsioon oleks täielik, pidi ta hõlmama suurt hulka ettevõtte erinevaid vastutusi ühiskonna ees. Sellele kõigele lisaks aga oli vaja ka teatud selgitust selle EÜV komponendi osas, mis laienes kaugemale ettevõttele tulu teenimisest ja

seaduse järgimisest. Seetõttu pakkus Carrol välja uue, enda definitsiooni: „Ettevõtte ühiskondlik vastutus hõlmab majanduslikke, õiguslikke, eetilisi ja filantroopilisi ehk vabatahtlikke ootusi, mis on ühiskonnal ettevõtete ees antud ajahetkel.“

Järgneval joonisel (joonis 1) on näha Carroli poolt välja toodud ettevõtte ühiskondliku vastutuse kategooriad ja nende osakaalud.



**Joonis 1.** Ettevõtte ühiskondliku vastutuse kategooriad. Allikas: Carroll 1979: 499.

Hiljem lisas Carroll veel enda definitsiooni täiendades, et neid nelja komponenti võib kujutada ka püramiidina (vt. Lisa 1). Need neli komponenti on alati mingis ulatuses eksisteerinud, kuid eetilised ja vabatahtlikud (filantroopilised) kohustused on alles viimastel aastatel omandanud olulise rolli. (Carroll 1999: 289)

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse erinevatest käsitlustest on andnud ülevaate Dow Votaw. Ta ütles, et EÜV mõistel on olemas küll tähendus, aga see ei ole alati kõigi jaoks sama. Osa inimeste jaoks kannab see endas ideed legaalsest vastutustundest või kohustusest. Teiste jaoks tähendab see ühiskondlikult vastutustundlikku käitumist eetilisel tasandil, on ka neid, kes võtavad seda kui ettevõtte vastutust millegi



põhjustamise eest. Paljud samastavad selle lihtsalt heategevusliku annetusega, mitmed on nimetanud seda ka sotsiaalseks teadlikkuseks. Need, kes pooldavad seda väga innukalt, näevad seda kui ilmselt sünonüümi „õigusjärgsele“ ehk ühiskondlikku vastutust tuleks käsitleda kui kohustust või loomulikku osa ettevõttest. Vähesed näevad seda kui vabatahtlikku kohustust, mis toob kaasa ettevõtetele kõrgemaid käitumisstandardeid, kui kodanikele üldiselt. (Votaw 1972: 25)

Thomas M. Jones (1980: 59-60) tõi välja EÜV kaks tähtsat aspekti, mida on äärmiselt vajalik järgida, kui räägitakse just nimelt ettevõtte ühiskondlikust vastutusest. Esiteks peab endale võetud kohustus olema vabatahtlik. Väliste kohustavate tegurite nagu seaduse või ametiühingute poolt mõjutatud käitumine ei ole vabatahtlik. Teiseks, kohustus on laiahaardeline, ulatudes traditsioonilisest kohustusest ettevõtte osanike ees teistele sihtgruppidele nagu kliendid, töötajad, tarnijad ja läheduses asuv kogukond.

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse kasulikkusest kirjutades esitas Peter Drucker (1984: 28) uue definitsiooni: „Ettevõtte õige ühiskondlik vastutus on ühiskondliku probleemi pööramine majanduslikuks võimaluseks ja kasuks, tootmisvõimsuseks, inimkompetentsiks, hästi tasustatud töökohtadeks ja jõukuseks“.

Lisaks uurijate poolt väljatoodud definitsioonidele on ka mitmed rahvusvahelised organisatsioonid pakkunud välja enda nägemuse ettevõtte ühiskondlikust vastutusest.

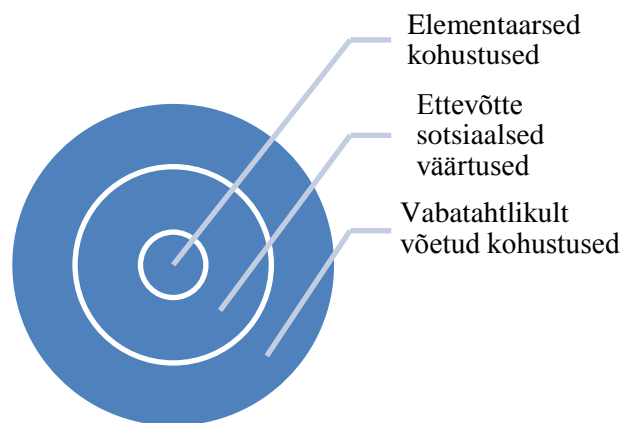
Esimesena tuli EÜV käsitlesega välja Majandusarengu Komitee 1971. aastal. Toodi välja, et ettevõtete ja ühiskonna vaheline seos muutub väga olulisel määral – ettevõtetelt oodatakse laiemat vastutust kui ei kunagi varem. Äriettevõtetelt oodatakse ühiskonda suuremat panust, kui ainult pakkudes suurel hulgal tooteid ja teenuseid, ning ettevõtte tulevik sõltub sellest, kui hästi suudetakse ettevõtte juhtimises arvestada avalikkuse muutuvaid ootuseid. (Carroll 1999: 274-275)

Toetudes avaliku arvamuse osas läbi viidud uuringule toodi välja EÜV käsitus, mida võib illustreerida kolme seotud ringina (vt. joonis 2).

Sisemine ring sisaldab endas selgelt piiritletud elementaarseid kohustusi toetamaks ettevõtte majanduslikku funktsiooni – tooted, töökohad ja majanduskasv.

Keskmine ring hõlmab endas vastutust teostada ettevõtte majanduslikku funktsiooni, muutes ettevõtte sotsiaalseid väärtuseid ja prioriteete. Näiteks austades keskkonnaalast kaitset, suhteid töötajatega, info vahendamist klientidega, õiglast kohtlemist jne.

Välimine ring käsitleb kohustusi, millega ettevõtte veel seotud ei ole, kuid mida rohkem ta ühiskonda parandada soovib, seda rohkem kerkivad need esile. Näiteks vaesus. (Carroll 1999: 275)



**Joonis 2.** Majandusarengu komitee poolt esitatud EÜV definitsioon. Allikas: autori koostatud

Üks suurimaid rahvusvahelisi organisatsioone sellel alal CSR wire sõnul tasakaalustab EÜV ettevõtte tegevusi sotsiaalsete väärtustega. EÜV ühendab ettevõtte huvirühmade huvid ettevõtte äristrateegia ja protsessidega. EÜV keskendub ühiskondlikule, keskkondlikule ja finantsilisele edule ehk *triple bottom line*-le (tulemuste kolmikmõõtmel), et mõjutada positiivselt ühiskonda ja samal ajal saavutades ärilisi eesmärke. (What is... s.a.:1)

Ka ÜRO pooldab EÜV-d: Ettevõtetel on ühiskondlik vastutus ja moraalne kohustus kasutada turgude mõjuvõimu, et tuua globaliseerumisest kasu kõigile. (CSR Main...2009)

Käesoleva töö autor defineerib ettevõtte ühiskondlikku vastutust kui ettevõtte panust ühiskonda väljaspool seaduslikke ja oodatavaid eetilisi kohustusi, tuues sellega ettevõttele kaasa jätkusuutlikkuse ning pikaajalise kasumlikkuse.

Viimastel kümnenditel on ettevõtte ühiskondliku vastutuse roll muutunud väga tähtsaks nii avaliku-, kui ka erasektori, tsiviilühiskonna, arvamusiidrite ja teiste praktiseerijate jaoks. Selle aina suureneva tähtsuse osas saab välja tuua järgmised põhjused (CSR Main...2002: 15-17).

1. Globaliseerumine
2. Uus tehnoloogia
3. Keerukus ja riskid

Globaliseerumine toob kaasa organisatsioonide keerulisemad struktuurid ning EÜV erinevuse riikide vahel. Erinevates piirkondades võivad olla erinevad EÜV standardid, samuti peab olema valmis arvestama erinevate kultuuride normide ja väärtustega, elukvaliteediga jne. Tihti võivad sihtriigis olla EÜV standardid (nt. tervishoid, ohutus, keskkond) madalamad, kui päritolumaal ning seega tuleb mõelda, kuidas sellega toime tulla. (*Ibid*: 15-16)

Tehnoloogia ja IT-sektori areng on toonud kaasa ettevõtte andmete kaitstavuse ja klientide privaatsuse hoidmise küsimuse. Samuti vähendab kaugtöö võimalus töötaja-tööandja näost näkku suhtlust. Väga tähtis on ka interneti roll, kuna see annab võimaluse väga lihtsalt saada infot ettevõtte ajaloo, majandustegevuse, ühiskonna ja keskkonna alase suunitluse kohta. (*Ibid*: 16)

Keerukuse all mõeldakse majanduskeskkonna pidevat muutumist ning sellega kaasnevat riske (*Ibid*: 16). Näiteks ettevõtte ebaausast käitumisest tarbijate suhtes levib info väga kiirelt edasi teistele potentsiaalsetele klientidele ning mida suurem ja tuntum ettevõtte on, seda rohkem kahju ta ka saab.

EÜV definitsiooni käsitledes tekib kindlasti küsimus, miks peaks ettevõtted üldse tahtma vabatahtlikult toetada ühiskonda ja anda sellega ära osa potentsiaalsest kasumist. Järgnevalt toob autor välja ettevõtte ühiskondliku vastutuse positiivsed küljed ettevõtete endi, riigi ja ühiskonna jaoks, kui ka vastuargumendid selle kasutamise osas.

Maailmapanga Instituudi poolt välja toodud punktid, miks peaks ettevõtted rakendama EÜV kontseptsiooni (CSR Main ... 2002: 20-24):

1. Kuna ettevõtete roll ühiskonnas suureneb, on pidevalt vajalik ka ühiskonna heakskiit nende tegevusele
2. Jätkusuutlik konkurentsivõime, mis saavutatakse maine ja kaubamärgi tugevdamise, efektiivsema opereerimise, paremate finantstulemuste, klientide suurema lojaalsuse ja suurema tõenäosuse abil säilitada ja meelitada juurde kvalifitseeritud ja kvaliteetset tööjõudu.
3. Uute äriliste võimaluste loomine, mis tekib tänu tihedamale suhtlusele sidusgruppidega.
4. Kvaliteetsete investorite ja äripartnerite hoidmine ja juurde meelitamine.
5. Koostöö kohaliku kogukonnaga, mis aitab kaasa toodete ja teenuste kohandamisele kohalikule turule, vähendades seega vajaminevaid investeeringuid ja suurendades töötajate lojaalsust.
6. EÜV väärkasutusest tekkinud kriisid ja usalduse kaotus. Mida suurem ja tuntum on ettevõtte ja/või bränd, seda suuremad on kahjud, mis tekivad ühiskondliku vastutuse väärkasutusest või mittetäitmisest.
7. Valitsuse toetus
8. Poliitilise kapitali loomine

Lisaks ettevõtetele saavad kasu ka riik ja ühiskond. Peamised riiklikud kasud on rahvusliku konkurentsivõime suurenemine, valitsemise edenemine (erinevate sektorite vahelise koostöö paranemine), valijate soosing ning täiendused avaliku sektori sotsiaalpoliitikasse. (Noorkõiv, Tamm *s.a.*: 8)

Ühiskondlik kasu väljendub üldise heaolu kasvu näol ning aitab kaasa säästva arengu printsiipide rakendumisele. Tähtsamad seosed on näiteks ühiskonna sidususe ja inimeste motiveerituse suurenemine, innovatsiooni kasv, läbipaistvuse suurenemine, parem informeeritus, mis toob kaasa toodete ja teenuste kvaliteedi paranemise. (Noorkõiv 2004: 12)

Kuid kas ettevõtte, kes panustab samaaegselt nii töötajatele kui ka kasumile võib olla kasumlik? Ilmselt ei lõpe sel teemal arutelud kunagi. Kuid siiski näitab suurem osa läbi viidud uuringuid, et on olemas positiivne seos ja kinnitab vaadet, et hästi organiseeritud ühiskondlik vastutus ei too kaasa halvenenud finantstulemusi. (Zu 2009: 5)

Üldiselt eeldatakse nii kaasaegse sidusrühmade teooria, kui ka agenditeooria puhul, et ettevõtte ühiskondliku vastutuse ja kasumi teenimise vahel on positiivne seos. Samas on sellega seotud ka üks vastupidine argument ja seda eriti just arenevate ja tõusvate majanduste osas. Nimelt on investoritel lihtne saada nendelt turgudel kiiret kasumit ning nad ei ole huvitatud pikaajalisest jätkusuutlikkusest ja ettevõtte vastutusest. Seetõttu ei ole võimalik leida seost EÜV ja finantstootluse vahel ning seda tõestasid Aras, Aybars ja Kutlu ka enda läbi viidud uuringus (Aras *et al.* 2010: 231, 236). Kuigi on leitud positiivseid seoseid ühiskondlikult vastutustundlike ettevõtete ja tarbijate eelistusest nende suhtes, on siiski kõiki neid argumente ka ümber suudetud lükata ning seega ei pruugi eelpool toodud loetelus esinevad kasud olla alati sajaprotsendiliselt garanteeritud (Noorkõiv, Tamm *s.a.*: 6)

Jones (1980: 60) esitas kokkuvõtte EÜV poolt- ja vastuargumentidest, lisades, et EÜV-d toetavad argumendid on piisavalt tugevad, et kaaluda üles vastuargumendid. Lisas 2 on toodud tabelina välja Jonesi poolt esitatud argumendid.

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse vastased aga käsitlevad majandus- ja poliitikategelaste rolle erinevalt. Nimelt väidavad nad, et ettevõttejuhtide esmane ja tähtsaim ülesanne on maksimeerida omanike rikkust ja seetõttu peaksid jätma ühiskondlikud probleemid poliitikute ja tsiviilühiskonna kanda. Lisaks tõi Friedman välja, et ettevõtete juhid oleksid ebausaldatavad ja vähetulusad viimaks läbi ettevõtte ühiskondlikku vastutust. Ta nägi ettevõtete juhte, kui omakasupüüdlikke *homo economicusi* (majanduslikult ratsionaalselt mõtlev ja käituv inimene), kes ei suuda samaaegselt ja efektiivselt püüelda ettevõtte ühiskondliku vastutuse ja kasumitaotluse poole. Friedmani arvates ongi ettevõtte ühiskondlikuks vastutuseks tema kasumi suurendamine. (Zu 2009: 19, Marrewijk 2003: 96)

## **1.2 Ettevõtte ühiskondliku vastutuse mudelid**

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse mudelite analüüsimisel on uurijate suurimaks vaidlusküsimuseks kujunenud see, kas ettevõtte on ühedimensiooniline majandusüksus kasumi maksimeerimiseks või mitmedimensiooniline täitmaks ka ühiskonna huve. Kirjeldatud mudelid on peamiselt kirjeldava iseloomuga ning toetuvad lääneriikide

kogemustele. Kuna ettevõtte ühiskondliku vastutuse definitsioonid on erineva ulatuse ja sügavusega on ka ettevõtte ühiskondlikku vastutust käsitlevaid mudeleid väga mitmeid. Lisaks sisuliselt erinevatele teoreetilistele käsitlustele on Matten ja Moon toonud välja erinevused ka Ameerika Ühendriikide ja Euroopa vahel. (Zu 2009: 21; Matten, Moon 2008: 409)

Matten ja Moon (2008:409) esitasid väga lihtsa ja konkreetse mudeli EÜV määratlemiseks. Nad määratlesid ära kaks EÜV põhilist elementi: „otsene“ ja „kaudne“. „Otsene“ EÜV (USA tüüp) tähendab konkreetseid ja nähtavaid tegevusi. Näiteks annetuste kogumine konkreetse projekti raames. Otsest EÜV iseloomustab ettevõtte enda valikuvabadus mitte valitsuse soov või suuremate institutsioonide ettekirjutused.

„Kaudne“ EÜV (Euroopa tüüp) tähendab ettevõtte rolli laiemates institutsioonides ühiskonna huvides. Institutsioonide all ei ole mõeldud vaid ametlikke asutusi ja organisatsioone vaid ka norme, stiimuleid ja reegleid. See tähendab, et ettevõtted ei otsusta ja ei juhi ise enda tegevusi vaid järgivad ette antud tavasid ja reegleid. Ettevõtte ühiskondlik vastutus on USA-s levinud kauem ning laiemalt ning seetõttu on seal välja kujunenud ka erinev EÜV kultuur võrreldes Euroopaga. Matten ja Moon aga väidavad, et „otsene“ EÜV saab maailmas domineerivaks, kuid välja kujunenud traditsioonide muutmine võtab veel aega. See tähendab seda, et aina rohkem hakkavad ettevõtted ise otsustama, kui vastutustundlikud nad ühiskonna ees on ja mida nad selleks teevad. Järgnevalt on toodud kokkuvõttev võrdlev tabel „otsese“ ja „kaudse“ EÜV kohta. (Matten, Moon 2008: 406)

**Tabel 1.** „Otsese“ ja „Kaudse“ EÜV võrdlus

„Otsene“ EÜV	„Kaudne“ EÜV
Kirjeldab ettevõtte tegevusi, mis eeldavad ühiskonna vajadustega arvestamist	Kirjeldab ettevõtte rolli erinevates institutsioonides ühiskonna huvide kaitseks
Hõlmab ettevõtte vabatahtlikke tegevusi, programme ja strateegiaid	Hõlmab väärtuseid, norme ja reegleid, mis toovad ettevõttele kaasa kohustused ja nõuded
Stiimulid ja võimalused tulenevad erinevate sidusgruppide ootustest	Ajendatud ühiskonna enamust esindavate gruppide (kaasa arvatud ettevõtete) õiguspärastest ootustest

Allikas: Matten, Moon 2008: 410

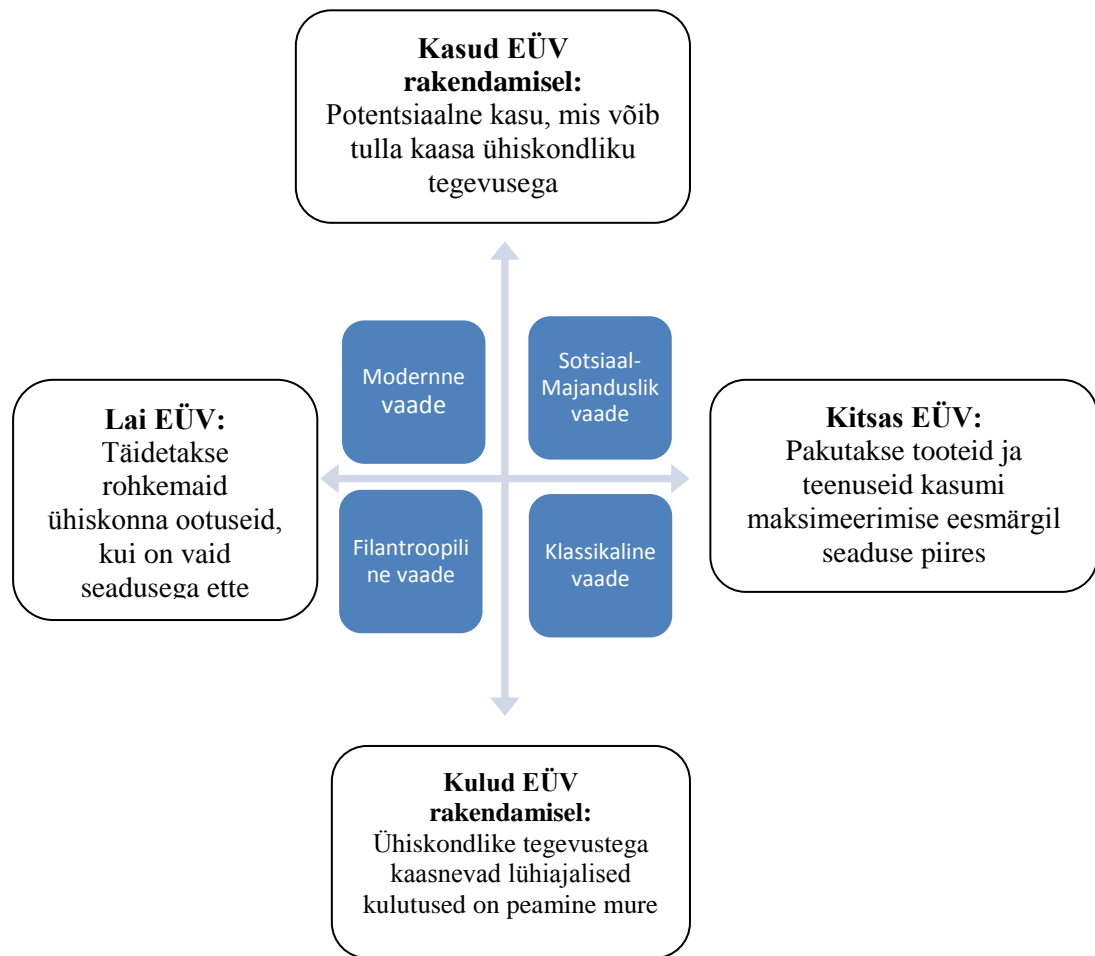
Zu (2009: 21) toob välja kolm peamist mudelite kategooriat: sotsiaal-majanduslik, huvirühmade/sidusrühmade ja tulemuste kolmikmõõtme mudel (*triple-bottom line*). Järgnevalt on kirjeldatud lähemalt nende mudelite olemust.

Sotsiaal-majanduslikul mudelil on kaks üksteisele vasturääkivat argumenti ühiskondlikust ja majanduslikust aspektist lähtudes. Ühte gruppi kuuluvad ettevõtet kui kasumile orienteeritud institutsiooni pooldavad käsitlused. Need väidavad, et ettevõtete ainus kohustus on pakkuda ühiskonnale tooteid ja teenuseid ja seeläbi kasumit teenida. Neil on määratud väga kitsad raamid ettevõtte tegevusele ja nad pööravad tähelepanu kulutustele, mis on seotud ühiskonna kaasamisega ettevõtte tegevusse, püüdes neid vältida. Ainsaks võimaluseks mõõta ettevõtte tegevuste efektiivsust, on kasum. (Zu 2009: 21)

Teise gruppi kuuluvad need käsitlused, mis peavad ettevõtet üheks osaks ühiskonnast, tuues kasu suuremale osale huvigruppidele, kui vaid kitsale ettevõtte omanikeringile. (*Ibid*: 21)

Kuna need kaks mudelit on väga konkreetsed, ei ole võimalik nende abil täpselt määratleda ettevõtete ühiskondliku vastutuse mudelit. Selleks on mudeleid laiendatud ning lisatud rohkem dimensioone. Selle põhjenduseks on välja toodud see, et ettevõtete juhid ei tee otsuseid vaid selle põhjal, milline on nende hinnangul ettevõtte roll ühiskonnas, vaid nad kaaluvad ka seda, kas need otsused toovad ettevõtte ühiskondliku vastutuse rakendamisel pikas perspektiivis ka kasu. (*Ibid*: 21)

Quazi ja O' Brien konstrueerisid selle põhjal mudeli, mis on esitatud joonisel 3.



**Joonis 3.** Quazi ja O'Brieni koostatud sotsiaal-majanduslik mudel. Allikas: Quazi, O'Brien 2000: 36.

Joonise horisontaalteljel on toodud ettevõtete ühiskondliku vastutuse rakendamise määr. Paremal pool on ettevõtted, kes on orienteeritud vaid kasumile, vasak pool kujutab teist äärmust, kus ettevõtted rakendavad EÜV-d. Vertikaaltelg kujutab teist dimensiooni, kus üleval on ettevõtted, kes näevad EÜV rakendamisel peamiselt pikaajalist kasu, all aga ettevõtted, kes ei soovi EÜV-ga kaasnevaid lühiajalisi kulutusi ning seega ei rakenda EÜV-d. Järgnevalt horisontaal- ja vertikaalteljel olevate näitajate tõttu tekkivate kontseptsioonide selgitused:



Klassikaline vaade : Ettevõtted, kes ei näe kaugemale kitsast ettevõtte ühiskondlikust vastutusest kuna arvatakse, et see toob kaasa kulutusi ilma reaalselt tulu vastu saamata.

Sotsiaal-Majanduslik vaade: See osa esindab küll kitsast EÜV, kuid nõustub siiski, et osaline panustamine EÜV-sse toob mõnedel tingimustel ettevõttele ka kasu. Näiteks luues häid suhteid klientide ja tarnijatega või ehitades üles korralik suhtevõrgustik. Sotsiaal-majandusliku vaate puhul täidab ettevõtte kahte funktsiooni tuues kasumit ning samal ajal järgides ka ühiskonna huve.

Modernne vaade: Ettevõtted rakendavad laialdaselt ühiskondlikku vastutust saades selle eest kasumit nii pikaajalises, kui ka lühiajalises perspektiivis.

Filantroopiline vaade: See käsitlus kirjeldab ettevõtteid, mis rakendavad laialdaselt ühiskondlikku vastutust, kus ollakse nõus osalema heategevuslikes üritustes isegi kui see toob kaasa kulu. See stiimul võib tulla omakasupüüdmatust või eetilisest tunnetusest teha midagi ühiskonna heaks. (Zu 2009: 21-23)

Carrol käsitles seda mudelit teisiti ja pakkus välja, et EÜV-l on erinevad kihid: majanduslik, õiguslik, eetiline ja vabatahtlik (vt. joonis 1, lk 9) ning ettevõtete juhid peavad otsustama, milliseid neist nad rakendavad. Neid kihte kujutas ta püramiidina (vt. Lisa 1), mille kõige alumine osa oli majanduslik kiht, millele ülejäänud toetusid kuid samas lisas, et need kihid ei ole mõeldud järjestikuseks täitmiseks, vaid neid tuleks kõiki pidevalt järgida. (Zu 2009: 23-24; Carroll 1991: 42)

Lisaks Quazi ja O'Brieni ning Carroli koostatud mudelitele on konstrueeritud veel mitmesuguseid variante selgitamaks EÜV kasutamist ühiskonnas. Samade terminite, kuid erineva tähendusega on näiteks Majandusarengu Instituudi (vt joonis 2, lk 11) ning Jonesi (1983: 560) poolt esitatud mudelid (vt. Lisa 1).

Jonesi lõikuvate ringide mudel eristub Carroli püramiidist kahes põhilises aspektis: esiteks näitab ta erinevate ühiskondliku vastutuse osades võimalikku seost ning vastandub hierarhilisele tähtsusejärjekorrale.

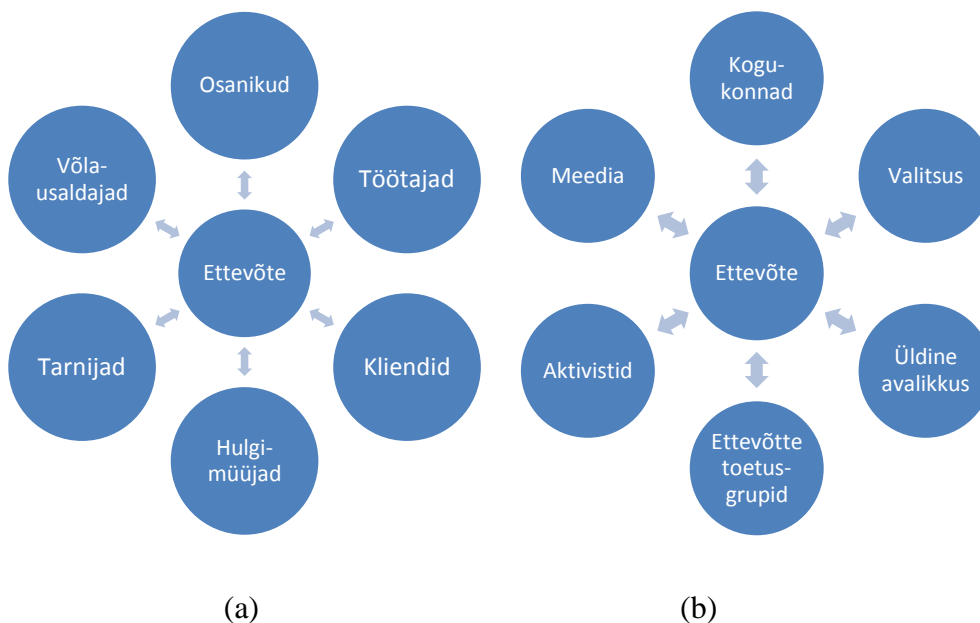
Majandusarengu Instituudi poolt koostatud mudel (vt joonis 2, lk 11) sarnaneb püramiidi-mudelile selle poolest, et seab majandusliku rolli põhiliseks ühiskondliku

vastutuse punktiks. Jonesi lõikuvate ringide mudelit toetab see aga sellega, et ta rõhutab seost erinevate vastutustasemetel vahel. (Zu 2009: 25)

Sotsiaal-majanduslik vaade ettevõtte ühiskondlikule vastutusele arvestab vaid ettevõtte majanduslikku funktsiooni. Seetõttu ei väljenda see keerukust, millega ettevõtted peavad tegelema kaasnevate ebatõhususte, info asümmetria ja mitmete lisaprobleemide pärast – seega tuleks firma rolli laiendada, et sisaldada lisaks omanikele ka teisi väliseid ja siseseid näitajaid. Sel põhjusel ongi välja pakutud EÜV sidusgruppide mudel. (Zu 2009: 26; Quazi, O'Brien 2000: 47)

Traditsiooniline vaade ettevõttest kujutab seda kui vahendit, mis muundab tarnijate, investorite ja töötajate poolse panuse tarbija jaoks tooteks või teenuseks ja seega ettevõtte jaoks kasumiks. Sidusgruppide teooria pooldajad väidavad, et klassikaline käsitus ettevõttest ei kajasta keerukat kahepoolset suhtlust ettevõtte ja huvigruppide vahel. Nad näevad ettevõtteid rakendamas konkurentsi ja koostöövalmiduse segu, mis tekitab loomulikku väärtust ilma, et üks oleks teisest tähtsam. (Zu 2009: 26)

Ettevõtete ja ühiskonna vastastikust mõju erinevate sidusgruppide lõikes on kujutatud joonisel 4.



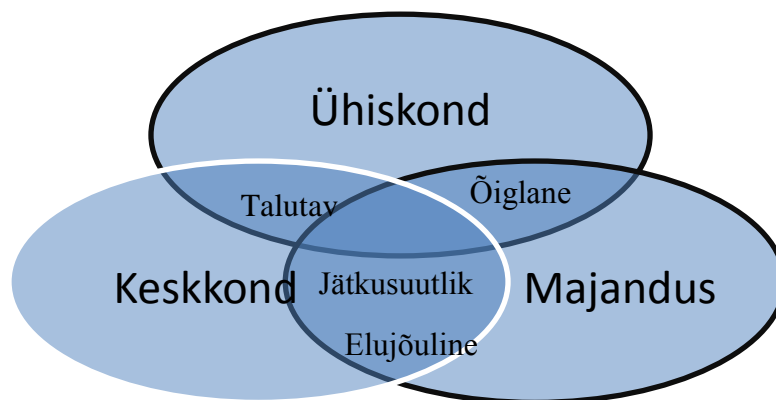
**Joonis 4.** Ettevõtte seosed huvigruppidega sidusgruppide mudeli põhjal. Allikas: Zu 2009: 27

Joonise (a) osal on turu-sidusgrupid (peamised sidusgrupid) – need on need, kes astuvad ettevõttega majanduslikku suhtesse, et täita ettevõtte peamist eesmärki ja pakkuda ühiskonnale tooteid ja teenuseid. Mitte-turu sidusgrupid (b) on inimesed ja rühmad, kes ei ole seotud ettevõtte tegevusega kuna ei ole otseses majanduslikus suhtes.

Sidusgruppide mudel töötati välja selleks, et tuua selgust ja täpsust võrreldes eelmiste teooriatega. Uus mudel tõi välja selged seosed erinevate gruppide vahel, lahendas probleemid seoses ühiskondliku vastutuse hindamise ning testimisega (Zu 2009: 28). Kuna ettevõtte oli positsioneeritud täpsemalt ning toodi välja grupid, keda ettevõtte mõjutab, oli võimalik hinnata erinevatel viisidel ettevõtte mõju antud huvigruppidele.

Viimastel aastakümnetel on ettevõtete juhid jõudnud järeldusele, et järjepidev kasu ei tulene mitte ühekordsetest pingutustest, vaid palju kasumlikum on pikaajaline kasv. Selleks tuleb arvestada majanduslike, ühiskondlike, keskkondlike ja eetiliste väärtuste ja eesmärkidega, mis nõuab ka pidevat suhtlust erinevate huvigruppidega. Vahendit, mis ühendab endas finantsilisi, ühiskondlikke ja keskkondlikke faktoreid saavutamaks pikaajalist edu, nimetakse „tulemuste kolmikmõõtmeks“ (TKM) (*Triple Bottom Line*) või „edukuse kolmikmõõtmeks“ (Noorkõiv *s.a* :5). See mudel on saanud populaarseks just viimase 10-15 aasta jooksul ning teinud läbi väga kiire leviku ettevõtete seas.

TKM idee seisneb selles, et ettevõtte tulemuslikkust ei tuleks hinnata vaid klassikalise finantstulemuse põhjal, vaid arvestada tuleks ka ühiskondlikke/eetilisi ja keskkonnavalaseid tulemusi. Joonisel 5 on toodud välja seosed nende tegurite vahel ja näitab, et üks tegur ei ole teistest tähtsam.



**Joonis 5.** *Triple Bottom Line* mudeli ülesehitus. Allikas: Zu 2009: 30

TKM toetab jätkusuutliku ettevõtte arengut ning jätkusuutlikkust kui eesmärki on tõstetud väga palju esile ühiskonna arengu seisukohalt. Jätkusuutlik ettevõtte ei teeni enda kasumit tulevaste põlvkondade arvelt, samas aga tagab endale pikaajalise kasumi.

Üks suuremaid panuseid TKM tekkimisel on keskkonna mõõtme väljatoomine. Sotsiaal-majanduslik mudel hõlmas vaid kahte dimensiooni – olla kasumlik ja olla ühiskondlikult vastutustundlik. Sidusgruppide mudeli puhul on keskkond mitte-turu alla kuuluva huvigrupi (aktivistid) vaid üks osa. TKM puhul on aga võimalik huvigruppide vajadused grupeerida keskkondlikeks, ühiskondlikeks või majanduslikeks. TKM puhul on ettevõtte vastutus suunatud otseselt mitte niivõrd omanikele, kuivõrd oma huvigruppide poole.

### **1.3 Erinevad hindamisvõimalused ning nende võrdlus**

Ettevõtte sotsiaalse vastutuse hindamise vajalikkuse üle on arutletud ning leitud, et see on tähtis teema ettevõtte ja ühiskonna jaoks ning hindamine on üks võimalus tegelemaks selle teemaga. Tähtsam küsimus on, kas on võimalik välja arendada usaldusväärseid ning paikapidavaid mõõdikuid. (Turker 2009: 414)

Aras, Aybars ja Kutlu (2010: 231) toovad välja kolm peamist meetodit EÜV hindamiseks. Esimene on eksperthinnang ettevõtete tegevusele. Selle meetodi edukus ja täpsus sõltub uurija kogemustest ning sellest, kui hea ülevaate saab uurija ettevõtte tegevusest.

Teine võimalus on ettevõtte aastaaruannete ja muude dokumentide sisuanalüüs, et teha vajalikud järeldused teksti põhjal. Sellel meetodil on mitmeid eeliseid teiste meetodite ees, kuna tulemused on märksa objektiivsemad ning on võimalik kasutada ka suuremaid valimeid. Kuid sellel meetodil on ka puuduseid – valitud muutujate subjektiivsus ja erinevus selles, mida ettevõtted toovad oma tegevusaruannetes välja ja mida nad tegelikult teevad. (Aras *et al.* 2010: 231; Abbott, Monsen 1979: 504)

Sisuanalüüsi puhul on alati olemas usaldatavuse probleem. Kodeerijate vahelised lahkavamused võivad moonutada analüüsi tulemust ja olulisust. On olemas kolme tüüpi usaldatavust: stabiilsus, reprodutseerimine (andmete uuesti analüüsimine) ja täpsus.

Stabiilsust kui nõrgimat tüüpi usaldatavuses mõõdetakse mil määral suudab uurija jõuda samadele järeldustele, kui ta analüüsib teatud aja möödudes samu andmeid uuesti. Reprodutseerimine mõõdab erinevate kodeerijate poolt esitatud andmete kattuvust. Täpsus kui tugevaim lüli usaldatavuse määramisel, mõõdab kodeerimise tulemust, võrreldes ekspertide poolt korrektseks loetud meetodiga. See tähendab, et arvutatakse välja nätaja, mille põhjal on võimalik määrata usaldatavust (näiteks Krippendorffi  $\alpha$ ) võttes võrdluse aluseks üldiselt tunnustatud meetodid. (Aras *et al.* 2010: 235-236)

Kolmanda variandina on välja toodud võimalus mõõta ettevõtete tegevust reostuse/saastatuse vastu võitlemisel. Selle meetodi puhul on aga suureks miinuseks majandusharude vahelised erinevused – on olemas tegevusalasid, mille puhul reostus on minimaalne samas, kui teistes harudes tuleb sellega tegeleda pidevalt. Seetõttu on väga raske hinnata kõiki ettevõtteid ühtsetel alustel. Samuti käsitleb see meetod vaid ühte osa ühiskondlikust vastutusest (keskkonda). (*Ibid:* 236)

Aras jt. (Aras *et al.* 2010: 233-236) kasutasid enda uuringus aastaaruannete sisuanalüüsi meetodit. Valimiks oli 40 ettevõtet, kes olid suutnud olla neljal järjestikusel aastal

Istanbuli börsi 100 edukama hulgas. Sisuanalüüs, mida autorid kasutasid, tähendas seda, et loeti kokku, mitu lauset aastaaruandes oli seotud EÜV-ga ja mis valdkonnast need olid. On ka võimalik lugeda kokku sõnu või tekstilõike, kuid nende meetodite miinusteks loetakse subjektiivsusust ning reeglite seadmise keerukust (sõnade loendamise puhul) ning trükiga tekkivaid erinevusi veergude ja lehekülgede suuruses (lõikude lugemise korral). On võimalik teha analüüse ka mujalt saadaoleva info põhjal - Chapple ja Moon (2005: 423) kasutasid uuringu läbiviimiseks aasia ettevõtete puhul nende veebilehtedel leiduvat informatsiooni.

Üks esimesi uuringuid (1975) EÜV hindamiseks tehti samuti sisuanalüüsi põhjal. Bowman ja Haire hindasid ettevõtete aastaaruannetes esinevate repliikide vahekorda, mis oli seotud ettevõtte ühiskondliku vastutusega ja vastandasid neid „otseselt äriliste“ väidetega. (Carroll 1999: 280-281)

Samuti üks varaseid uuringuid viidi läbi Sandra Holmesi poolt 1976 (*Ibid*: 281), kus esitati ettevõtte juhtkonnale väiteid EÜV kohta ning paluti neil hinnata, kas nad nõustuvad nende väidetega või mitte (näiteks arvamus ettevõtte vastutuse kohta kasumi teenimiseks, seaduste järgimiseks, ühiskondlike probleemide lahendamiseks ja nende tegevuste lühi- ja pikajaline mõju ettevõtte kasumile).

Tänapäeval on väga levinud mõõdikuks vastavate indeksite koostamine. Eestis kasutab seda meetodit Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum, kes arvutab igal aastal välja indeksi, mille tulemus antakse protsentides, kus maksimaalne on 100%. Indeks (Vastutustundliku Ettevõtluse... 2011) arvutatakse küsimustiku vastuste põhjal – küsimustik on neljaosaline ning vaatluse all on ettevõtte strateegia (20% koondhindest), põhimõtete integreerimine (20%), valdkondade juhtimine (40%) ning tulemuste hindamine, aruandlus ja kommunikatsioon (20%).

2010. aastal osales indeksis 55 ettevõtet (sh. Äripäeva Edukate Top 100st vaid 11) ning koondhinne moodustas 62 punkti sajast. Keskmise tulemus oli 2% kõrgem möödunud aastast ning tulemuste paranemist täheldati enamikes valdkondades. Tugevaim oli tegevusvaldkondade juhtimine, kus keskmiseks tulemuseks oli 71% maksimumist. (Vastutustundliku ettevõtluse...2011). Kõige madalam tulemus oli aruandluses ning

sedä näitab ka asjaolu, et jätkusuutlikkusega seotud aruandlusstandardeid ja mõõdikuid kasutatakse Eestis veel väga vähe.

Jätkusuutlikkuse aruandlus on maailmas laialt levinud ning kogub aina rohkem populaarsust. Üheks tuntuimaks jätkusuutlikkuse aruandluse näiteks on Global Reporting Initiative (GRI), mis on ÜRO keskkonnaprogrammi UNEP ja CERES poolt 1997. aastal loodud organisatsioon, mille eesmärgiks oli jätkusuutliku arengu aruannete harmoneerimise kaudu jõuda nende usaldusväärsuse ja võrreldavusega finantsaruandluse tasemele. (Roostalu 2008: 31)

Küsimustiku (ingl. keeles *scale*) põhjal EÜV hindamine on olnud pikka aega piiratud kuna väljatöötatud küsimustike/skaalade abil sai hinnata küll ettevõtete juhtide väärtushinnaguid ühiskondlikult vastutustundlikule tegevusele, kuid need küsimustikud ei sobinud ettevõtte enda vastutuse hindamiseks. Kõige edukam selles valdkonnas oli Maignani ja Ferrelli poolt koostatud küsimustik, mis ei võtnud aga arvesse kõiki huvigruppe. Seetõttu töötas Turker (2009) välja skaala hindamaks ettevõtte ühiskondlikku vastutust erinevate huvigruppide lõikes, kuid leidis siiski, et ka tema küsimustik ei hõlma kõiki huvigruppe ning vajab täiendavalt uurimist. Seega ei ole skaaladel põhinev EÜV hindamine osutunud väga edukaks.

Tabelis 2 (vt. lk 25) on toodud välja erinevate hindamisvõimaluste eelised ja puudused. Tabel hõlmab eelnevalt nimetatud hindamisvõimalusi ning toob välja autori arvamuse erinevate võimaluste kasutamise kohta.

**Tabel 2.** Ettevõtte ühiskondliku vastutuse erinevate hindamisvõimaluste eelised ja puudused.

Hindamis- võimalus	Eelised	Puudused
Ekspert- hinnang	Hinnangu annavad eksperdid, kes oskavad täpsemalt analüüsida erinevaid aspekte. Väliseksperdid annavad ettevõttest erapooletu ülevaate (ettevõtete juhid võivad alateadlikult moondada vastuseid enda kasuks).	Kuna on aeganõudev ei ole võimalik kasutada suurt valimit. Väga keeruline on määrata reegleid, mille alusel erinevad eksperdid suudaksid hinnata ettevõtet ühtsetel alustel (st. et iga eksperdi analüüsitulemus antud ettevõtte kohta oleks sama)
Aasta- aruannete sisuanalüüs	Võimalik kasutada suurt valimit kuna ei pea suhtlema ettevõtte töötajate/juhtkonnaga vaid analüüsi saab läbi viia igal ajal.	Ettevõtete aruanded ei ole koostatud võrdselt – st. kõik ettevõtted ei avalikusta kogu informatsiooni, mis oleks vajalik EÜV hindamiseks. Ettevõtted ei pruugi aruannetes kajastada objektiivselt enda tegevust, vaid püütakse ilustada.
Reostuse vähendamise mõõtmine	Lihtne mõõta näiteks rahaliselt, koguseliselt jne. Teatud valdkondades annab objektiivse ülevaate ettevõtete panusest looduseskeskkonna hoidmiseks.	Ei ole võimalik üldistada erinevatele sektoritele – saab kasutada vaid kitsas ettevõtete ringis.
EÜV indeks	Võimalik koostada indeks, mis arvestab kõiki ettevõtteid olenemata tegevusalast. Kuna on ankeedi või küsitluse vormis, on võimalik suur valim.	Kuna ettevõtete töötajad/juhid täidavad ise ankeedi, on võimalik tulemuste moonutamine enda kasuks. Võib tekkida probleeme uuringu laiendamisel piirkonnast/riigist välja (erinevused seadustes, kultuuris jne.)
Jätku- suutlikkuse aruandlus	Võimalik on suur valim. Tavaliselt põhjalikum, kui indeks. On koostatud standardeid, et oleks võimalik kasutada ülemaailmselt.	Kuna on aeganõudev, ei pruugi ettevõtetel olla motivatsiooni seda rakendada. Võib tekkida probleem, et ettevõtted näitavad aruandes enda tegevusi positiivsemast küljest, kui need tegelikult on.
Skaala	Lihtne kasutada, suur valim.	Ei ole suudetud koostada skaalat, mille abil oleks võimalik põhjalikult hinnata ettevõtet – edukalt on koostatud vaid juhtkonna arvamusel põhinevaid skaalasid.

Allikad: Aras, Aybars ja Kutlu 2010:231, 236; Abbott, Monsen 1979:504; Vastutustundliku Ettevõtluse...2011; Roostalu 2008:31; Turker 2009.



Põhinedes eeltoodud võrdlusele leiab antud töö autor, et parim viis ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamiseks Eestis on EÜV indeks. Indeksi eelisteks on suur valim, võimalik ühtsetel alustel analüüs, võrreldavad tulemused ning võimalus koostada indeks nii, et see kataks kõik vajalikud huvigrupid. Lisaks ettevõtete võrdlusele on indeksite abil võimalik võrrelda ka ühe ettevõtte EÜV muutumist ajas, kasutades sama indeksit järjest erinevatel ajahetkedel.

Jätkusuutlikkuse aruandlus on oma olemuselt küll põhjalikum ning annab paremaid võimalusi analüüsiks, kuid puudusteks on aeganõudev aruande koostamine ning vähene levik Eestis. Kuna antud võimalus ei ole ka veel maailmas kujunenud ettevõtete jaoks iseenesestmõistetavaks tegevuseks, siis ei saa selle meetodi laia kasutust oodata lähiajal ka Eestis. Järgnevalt toob autor välja kaks erinevat indeksit, annab neist ülevaate ning võrdleb neid põhjalikumalt.

Eestis kasutab EÜV indeksit alates 2007. aastast MTÜ Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum (vt. lk 24). Indeks põhineb neljaosalisel küsimustikul: ettevõtte strateegia (20% koondhindest), põhimõtete integreerimine (20%), tegevusvaldkondade juhtimine (40%) ning tulemuste hindamine, aruandlus ja kommunikatsioon (20%). Valik küsimustikust on lisas 2. Tulemuse ettevõtte ühiskondlikule vastutuse indeksile annab hindamiskomisjon, kes lähtub laekunud küsimustiku vastustest.

Ettevõtte strateegia osa keskendub vastutustundliku ettevõtluse kajastamisele ettevõtte visioonis, missioonis ja väärtustes, vastutustundliku ettevõtluse põhimõtetele ning ettevõtte panusele teema arendamisse. (Vastutustundliku ettevõtluse...2009: 12)

Põhimõtete integreerimise osa vaatlleb, kas vastutustundliku ettevõtluse põhimõtted on edastatud ning kas kõik sidusrühmad mõistavad seda ühtmoodi. (*Ibid*: 12)

Valdkondade juhtimise osa analüüsib konkreetseid tegevusi kogukonna, looduskeskkonna, töökeskkonna ja turukeskkonna valdkondades, nende ulatust, läbimõeldust, seost ettevõtte tegevusvaldkonna, eesmärkide, oskuste, teadmiste, kompetentsidega. (*Ibid*: 12)

Tulemuste hindamise, aruandluse ja kommunikatsiooni osa lähtub põhimõttest, et hinnata tegevuste tulemuslikkust. (*Ibid*: 12)

Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi indeksi puhul tuleb ära märkida veel see, et indeksit mõõdetakse ettevõtte juhtide vastuste põhjal. Levinud on ka teistpidi koostatud indeks – küsitletakse huvigruppe. Järgnev indeks ongi koostatud selle meetodi põhjal.

Kanji ja Chopra (2010: 130) kasutasid enda uuringus indeksit, mis koosnes kuuest erinevast jaotusest. Need olid: ettevõtte strateegia planeerimine, vastutus ühiskondlike huvide ees, keskkonnakaitse ja jätkusuutlikkus, ettevõtte juhtimine ja majanduslik vastutus, eetika ja inimressursid, ettevõtte ühiskondlik vastutus üldiselt.

Selle meetodi puhul on välja toodud nõue, et valim peaks jääma vahemikku 100-250. Vastajad saavad anda igale väitele punkte 1-10 arvestades et 1 tähendab seda, et ettevõtte ei ole üldse rakendanud antud osa ning 10, et rakendab väga palju. Saadud andmete põhjal arvutatakse välja nii vastuste usaldatavus, kui ka iga küsimuse keskmine hinne 10 palli skaalal.

## **2. ETTEVÖTTE ÜHISKONDLIKU VASTUTUSE HINDAMISE VÕIMALUSED EESTIS**

### **2.1 Empiirilise uuringu kirjeldus**

Kuna ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamist käsitlevaid töid ei ole autori andmetel Eestis siiani kirjutatud ning uuritud, tekkis vajadus viia läbi uuring kaardistamiseks võimalikke hindamise meetodeid Eestis ning praegust üldist olukorda. Teostatud on küll näiteks uuringuid ettevõtte ühiskondliku vastutuse ja finantstulemuste vahel (Lember, 2012) ja EÜV põhimõtete rakendamise osas (Lamson, 2009).

Antud uurimuse eesmärgiks on selgitada välja EÜV hindamise hetkeolukord Eestis ja leida sobivaimad hindamismeetodid Eesti ettevõtetes kasutamiseks. Käesoleva töö eesmärgiks ei ole mitte konkreetse mõõdiku väljatöötamine vaid alusuuringu läbiviimine, mille põhjal saaks hiljem valida parima meetodi mõõdikute koostamiseks.

Uurimuse eesmärgi täitmiseks otsustas autor kasutada kvalitatiivset uurimismeetodit ning viia läbi süvaintervjuud inimestega, kes on ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamise alast teemat uurinud või on see üks osa nende tööst ja seega puutuvad sellega ka praktiliselt kokku. Kvalitatiivne uurimismeetod on valitud seetõttu, et autori arvates ei annaks kvantitatiivsed tulemused põhjendatud vastuseid ning tulemused jääksid väga üldistavad. Kvantitatiivne meetod näiteks küsitluse näol suure valimi korral annaks kindlasti hea ülevaate ühiskonna üldisest suhtumisest ja teadlikkusest ettevõtte ühiskondliku vastutuse osas, kuid see ei ole seatud antud töö eesmärgiks ning seda tasuks uurida eraldi uuringu käigus. Ka valimi väiksus oli üks põhjus, miks autor otsustas süvaintervjuu kasuks. Kuna EÜV hindamise teema ning sellega tegelejate osakaal on Eestis veel väga väike võib eeldada, et seda teemat valdavate inimeste arv ei ole kindlasti piisav, et viia läbi kvantitatiivset analüüsi.

Kvalitatiivne uuring on alati olukorda arvestav tegevus, mis asetab vaatleja maailmas kindlasse paika. Nähtusi uuritakse nende loomulikus keskkonnas ning püütakse ilminguid mõtestada või tõlgendada nende tähenduse kaudu, mida inimesed neile annavad. Ehk siis uurija püüab mõista inimeste poolt sündmustele antavaid tähendusi. (Mitendorf 2011: 1)

Intervjuu on vestlus, millel on struktuur ja eesmärk (Mitendorf 2011:1). Süvaintervjuu ehk standardiseerimata intervjuu all mõistetakse üldjuhul avatud küsimustega, sundimatus õhkkonnas toimuvat vestlust uurija- responendi vahel, kus uurija eesmärgiks on saada infot uuritava fenomeni kohta läbi sellega seotud subjektide tõlgenduse. Süvaintervjuu puhul on suhtlemise aktiivsus kliendil. Intervjueerija pigem suunab küsimustega intervjueeritavat rääkima (*Ibid*: 9). Kuna antud uuringu puhul kasutas autor samuti süvaintervjuud ja kuigi küsimustik oli olemas, aga küsimuste järjestus ei pidanud olema kõigi intervjuude korral sama, oli seega tegu struktureerimata intervjuuga.

Intervjuu kava (Lisa 4) on koostatud antud töö autori enda poolt. Intervjuu küsimustiku koostamisel jagati küsimused kolme suuremasse kategooriasse. Esimese kategooria moodustasid sissejuhatavad küsimused ning ülevaade uuritavate teadlikkusest antud teema suhtes. Teine kategooria hõlmas erinevate hindamismeetodite positiivseid ja negatiivseid külgi ning kolmas kategooria üldiseid hinnanguid erinevatele meetoditele ning nende võimalikule kasutamisele Eestis. Küsimustik on toodud välja lisas 4.

Esimene kategooria (isiklik kokkupuude EÜV mõõtmise ja hindamisega) peaks andma ülevaate intervjueeritava teadlikkusest antud valdkonnas ning selgitama välja, milliseid mõõdikuid on ekspert ise kasutanud. Samuti soovitakse teada saada, milline on eksperdi suhtumine EÜV hindamisse ja kui levinud on hindamine Eestis. Küsimustiku teine kategooria moodustub erinevate hindamismeetodite positiivsete ja negatiivsete külgede uurimisest. Küsitakse eksperdi arvamust antud töö teoreetilises osas välja toodud meetodite (vt. tabel 2, lk 25 ) kohta – aramus eksperthinnagust, (aasta)aruannete/materjalide sisuanalüüsist, individuaalsetest mõõdikutest (reostuse mõõtmine, ISO 14001, lapstööjõu kasutamine, naiste palk võrreldes meeste palgaga jne.), ettevõtte ühiskondliku vastutuse indeksitest (Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi indeks Eestis, Taani sotsiaalne indeks, Kanji ja Chopra indeks, FTSE4Good

indeks, Dow Jonesi jätkusuutlikkuse indeks), jätkusuutlikkuse aruandlusjuhistest (Global Reporting Initiative, AA1000S) ja küsimustikest (Aupperle ja PRESOR skaala). Samuti uuritakse indeksite puhul seda, kas otstarbekam oleks kasutada indekseid, mille korral vastavad küsimustele ettevõttevälised või -sisesed huvigrupid. Küsimustiku kolmandas kategoorias uuritakse ekspertide üldiseid hinnanguid erinevatele meetoditele – milliseid meetodeid oleks mõistlik Eestis kasutada, millised oleksid edukamad pigem väike-, millised pigem suuretevõtete jaoks, kas oleks mõistlik võtta üle mõni rahvusvaheliselt kasutuses olev mõõdik, või luua Eesti jaoks täiesti uus ning kas teatakse lisaks nimetatutele veel meetodeid, mida võiks kasutada.

Uuringu läbi viimiseks seadis autor eesmärgiks leida 7-10 eksperti, keda intervjuuerida. Sooviavaldused intervjuuks saadeti e-maili teel perioodil 2.-11. mai 2011. E-mailid saadeti Estonian Business Schooli ning Tartu Ülikooli Majandusteaduskonnas olevatele õppejõududele ning Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi eestvedajatele, kes on uurinud antud teemat ning kirjutanud ka töid, mis puudutavad ettevõtte ühiskondlikku vastutust.

Samuti saadeti e-maile ülikoolidesse ning erinevatesse organisatsioonidesse, kus eeldatavalt võiks olla inimesi, kes oleksid seotud selle teemaga. Sellised ülikoolid/organisatsioonid/ühendused olid: Tallinna Ülikool, Tallinna Ülikooli Haapsalu kolledž, Tallinna Tehnikaülikool, AS PE Konsult, Tartu Ülikooli sotsiaalteaduskond, Tartu Ülikooli eetikakeskus, Eesti-Ameerika Äriakadeemia, Tartu Ülikooli Pärnu kolledž, Eesti Keskkonnajuhtimise Assotsiatsioon, Swedbank AS, Heateo Sihtasutus, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, If P&C Insurance AS, Viru Keemia Grupp AS. Nimetatud organisatsioonidega võeti ühendust üldise info e-maili teel uurimaks, kas neil leidub inimesi, kes oleksid nõus intervjuuga.

Saadetud 27 sooviavaldusele vastas 15, kellest 2 inimest ütlesid, et ei ole antud teemaga piisavalt kursis, et intervjuus osaleda, 6 organisatsiooni vastasid, et neil ei ole vastavaid spetsialiste ning 7 inimest andsid enda nõusoleku intervjuuks. Lisaks võttis autor telefoni teel ühendust Coca-Cola Balti Jookide AS avalike suhete juhiga, kes tegeleb ettevõttes ühiskondliku vastutusega, kuid pärast küsimustega tutvumist vastas ta, et ei ole teemaga nii täpselt kursis ja ka see intervjuu jäi tegemata. Kahe õppejõuga püüdis autor ühendust saada lisaks e-mailile ka telefoni teel, kuid ka see ei õnnestunud.

Mitmetes vastatud kirjades, kus öeldi, et nende organisatsioonis ei leidu vastavaid eksperte, soovitati pöörduda Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi poole, aga see oli ka ainus alternatiiv, mis välja pakuti. Nende tulemuste põhjal võib öelda, et Eestis leidub hetkel veel väga vähe inimesi, kes oleksid ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamise teemal piisavalt informeeritud, et oskaksid sellest põhjalikumalt rääkida. Seatud minimaalne eesmärk, 7 intervjuud, sai siiski täidetud.

Intervjuuga olid nõus järgnevad eksperdid (sulgudes ettevõtte/organisatsioon, kus tegutsetakse):

1. Elina Rääsk (Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum)
2. Katrin Tamm (Tartu Ülikooli majandusteaduskond)
3. Kaupo Sempelson (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium)
4. Krista Jaakson (Tartu Ülikooli majandusteaduskond)
5. Mari Kooskora (Estonian Business School)
6. Maris Ojamuru (Swedbank AS)
7. Tuuli Pärenson (AS Eesti Krediidipank)

Intervjuud viidi läbi 12.-13. mai 2011. 6 intervjuud viidi läbi vahetult, ehk intervjueeritavaga saadi kokku. Üks intervjuu viidi läbi Skype-kõnena kuna intervjueeritava päevakava oli väga tihe ning ta arvas, et nii saab aega kokku hoida. Neli intervjuud viidi läbi intervjueeritavate töökohal, üks intervjuu toimus pärast tööpäeva lõppu toitlustusasutuses ning üks intervjueeritava soovil jalutuskäigul loodusrajal. Kõige lühem intervjuu kestis 36 minutit ning kõige pikem 53 minutit. Keskmine intervjuu kestvus oli 43 minutit.

Kõikidest intervjuudest tehti transkriptsioonid ning nende põhjal ka antud uuringu analüüs. Intervjueeritud eksperdid olid nõus enda nime avaldamisega antud töös eeldusel, et nimesid ja küsimuste vastuseid otseselt ei seostata. Kuna eksperdid on tegutsevad väga erinevates valdkondades ning organisatsioonides, siis oleks vastuste põhjal võimalik seostada neid konkreetse vastajaga ning seetõttu ei ole lisatud intervjuude transkriptsioone ka töö lisadesse. Töös on intervjueeritavad kodeeritud

„Intervjuu 1“ kuni „Intervjuu 7“, mis ei ole vastavuses eelpool toodud nimekirja järjestusega.

Kuna ekspertideks sattusid olema väga erinevate valdkondade inimesed, siis tulid ka vastused ning arvamused erinevad, ning uuring sai juurde lisaväärtust sellega, et välja tulid erinevate huvigruppide mõtted ja arusaamad. Esindatud olid uurijad, kes kirjutanud teaduslikke artikleid sel teemal ning valdasid rohkem teoreetilist osa, riik, keda esindas inimene Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumist ning selgitas riigi seisukohti sel teemal, Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum, kes viib Eestis läbi hetkel ilmselt ainsat hindamist sel teemal ning erasektor, keda esindas Swedbank AS. Erasektori osakaal oleks võinud olla suurem kuna ainult ühe ettevõtte seisukohast on ilmselt liiga vähe, et seda saaks üldistada kogu erasektorile. Aga kuna Coca-Cola Balti Jookide Asi esindajaga ei olnud võimalik intervjuud läbi viia ning teised ettevõtted ei vastanud jäi antud uuringu ainsaks eraettevõtete sektori esindajaks Swedbank AS. Eraettevõtete väikest osa peab töö autor ka üheks uuringu kitsaskohaks, mida tuleks järgnevatel uuringutes kindlasti arvesse võtta.

Järgnevas alapeatükis annab autor ülevaate uuringutulemustest kahes esimeses uuritavas kategoorias. Esimeseks ekspertide isikliku kokkupuute ja suhtumise osas ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamisse ning teiseks erinevate meetodite eelistest ja puudustest. Kolmanda kategooria tulemused, mis käsitlevad erinevate meetodite kasutamisevõimalusi on esitatud alapeatükis 2.3. Analüüsitulemused on esitatud samas järjestuses nagu on küsimustiku struktuur. Lisaks autori enda tekstile on toodud välja intervjuudest tähtsamad tsitaadid ja osad, mis esitavad vastajate olulisemaid seisukohti ja arvamusi.

## **2.2 Ekspertide seisukohad ning hinnangud erinevatele meetoditele**

Isiklik kokkupuude ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamisega on intervjueeritavatel olnud väga erinev. Üks osa ekspertidest on EÜV hindamisega kokku puutunud erinevate uuringute ning ülesannete käigus. Samuti on nad koostanud ka ise küsimustikke, hindamaks ettevõtte ühiskondlikku vastutust. Üks ekspert oli käsitlenud seda teemat ka enda doktoritöös. Üks ekspert on tegelenud selle valdkonnaga üle 12 aasta:

*„Olen selle valdkonnaga ise tegelenud üle 12 aasta ja selle mõõtmisega oleme läbi erinevate projektide ja viimane oli see CSR-indeks, mida meie siin siis teeme ja oleme nüüd 3 korda teinud.“ (Intervjuu 3)*

Otsest kokkupuudet seoses antud indeksiga nimetas veel teinegi ekspert. Samas märkis ta ka ära, et kuna Eestis on antud valdkond vähe arenenud ning näiteks rahvusvahelise jätkusuutlikkuse aruandlusega tegeleb Eestis alla 10 ettevõtte siis on ta ise otseselt kokku puutunud rahvusvahelise ettevõtte juures seda rakendades.

Üks ekspertidest on EÜV hindamisega kokku puutunud väga palju just praktilise poole pealt, uurides ettevõtet ise või täites küsimustikke:

*„Kuna see valdkond on Eestis väga uus ja ega seda väga ei õpetata kuskil koolides ju otseselt/.../siis ongi nii, et loed ja uurid ja vaatad erinevaid kodulehekülgi, et mis toimub ja erinevaid praktikaid maailmas. Meie oleme kokku puutunud konkreetse mõõtmisega 3-4 viimast aastat. Mõõtmise üheks osaks on ju ka lihtsalt tagasisidestamine, et mis organisatsioonis tehakse ja selle teada andmine. /.../ Me oleme kokku puutunud keskkonnaalaste mõõdikutega, Dow Jonesi Sustainable indeksile anname me ka grupi alaselt sisendit, et millised on meie tegevused.“ (Intervjuu 7)*

Üks ekspertidest ei olnud otseselt hindamisega ise kokku puutunud, kuid tegeleb ettevõtte ühiskondliku vastutusega ametialaselt. Seega võib öelda, et üldiselt on valimisse sattunud ekspertide teadmised EÜV hindamise osas väga head ning palju on seda ka praktiseeritud. See tõstab autori arvates uuringutulemuste kvaliteedi piisavalt kõrgele tasemele, et saaks teha usaldatavaid järeldusi.

Erinevate mõõdikute kasutamise osas ilmnes palju erinevusi. Põhjuseks võib autori arvates olla erinev ametialane vajadus neid kasutada. On näiteks koostatud ise hinnangumeetodeid ning neid kasutatud:

*„Ma leian, et väga raske on kasutada mingeid ette antud eelnevalt olemasolevaid indekseid või mõõdikuid tervikuna, sest alati see situatsioon või raamistik, kus me tegutseme ja ka eesmärk, milleks meil seda teha on vaja, on erinev ja seetõttu mina ei leidnud ühtegi täpselt sellist õiget olemasolevat mõõdikut ja seeõttu ma kombineerisin. Tegin endale selgeks, millised võimalused on ja siis võtsin erinevatest mõõdikutest*



*erinevaid aspekte ja panin selle kokku omal moel. Täpselt nii nagu minu uurimistöö eesmärgiks oli vajalik.*“ (Intervjuu 2)

Samas tuli selle küsimuse puhul välja ka seisukohti, et alati ei ole vajalik ise uut hinnangumeetodit välja töötada:

*„Kindlasti mitte. Sa mõtled mõõtmise instrumente? Ei. See üks, mis me nagu ise lõime. Ja tegelikult ei oleks ju ka tarvidust ise seda mõõdikut luua sest üldiselt on need ju olemas. Seesama Sotsiaalse Vastutuse Foorumi ja selle indeksi arvutamise oma aga see oli niivõrd keeruline ja pikk, et seda nagu uurimiseks otseselt ei saa kasutada. Et seda viitsivad võib-olla kasutada ettevõtted, kes tahavad kuidagi promoda ennast ja siis nad on valmis sinna aega panustama. Aga uurimiseks see kindlasti ei sobi.*“ (Intervjuu 2)

*„Erinevates uuringutes on olnud erinevad. Selles mõttes, et mingeid rahvusvahelisi mõõdikuid mina ei ole kasutanud. /.../ Põhimõtteliselt olen võtnud ja kohandanud, et päris jalgratast leiutanud ise ei ole aga, et kohandanud vastavalt oludele.*“ (Intervjuu 3)

Üldine suhtumine EÜV hindamisse ja vajalikkusesse on positiivne, kõik intervjuueeritavad tõid välja selle, et hindamine on väga tähtis, et saada teada, milline on hetkeolukord ja mis suunas edasi liikuda. Samas on ka väga tähtis, et vaadata suuremat pilti, kui ainult ettevõtete hindamine ning tuleks teadvustada rohkem ühiskonda sellest tegevusest.

*„/.../Aga oluline on ta kindlasti. Aga seda on ka oluline sellisel juhul laiemalt ja täpsemalt teadvustada, et miks seda tehakse, milleks seda vaja on. Olekski vaja ühiskonnale ka teadvustada, et seda ei tehta mitte sellepärast, et ettevõtted saaksid endale rohkem kliente või et neid rohkem armastataks klientide poolt. Vaid ikkagi eelkõige selleks, et need ettevõtted suudaksidki paremini täita klientide ootusi. Et see ei ole pelgalt mitte müügitrikk, vaid see on ikkagi ka sisuline. Kuivõrd neil on ühiskonnas kohati selline valesti mõistmine või arusaamatusi sel teemal siis peaks samal ajal, kui selle teemaga tegeletakse siis peaks seda veel laiemalt teadvustama, et miks seda tehakse.*“ (Intervjuu 2)

*„Mingil määral on vajalik, sellepärast, et on vaja ära kaardistada, kus me oleme ja sellega näeme me ka ära, et mida me saame edasi teha ja edasi liikuda. Aga mõõdikud*

*ei ole ainsad asjad, ma arvan, et me peaksime vaatama suuremat pilti. /.../ See mõõdik on hea selleks, et ära näha mis me oleme ja kus me oleme ja võrrelda teistega aga ainult mõõdikud, et see ei anna ka mingisugust head infot.*“ (Intervjuu 3)

*„/.../ Kui me vaatame organisatsiooni enda seisukoha pealt, siis see on vajalik sellest nurgast, et see on väga hea viis, kuidas juhtida organisatsiooni soodsa tulemuse suunas. Kui sa sead konkreetseid mõõdikud ette ja nende täitmise eest motiveerid inimesi siis ilmselgelt hakkab see selles suunas liikuma.*“ (Intervjuu 7)

Üks ekspert tõi välja ettevõtte ühiskondliku vastutuse tähtsuse ka pikaajaliste eesmärkide täitmise nimel riigi majandust arvestades:

*„Kindlasti on vajalik, ma mõtlen, et kui me räägime üleüldisemast filosoofiast, siis Eesti on ikkagi seadnud endale eesmärgiks liikuda teadmispõhise majanduse poole, liikuda selles suunas, et mitte olla odav allhanke maa, et teha nii-öelda kvaliteetseid asju, et olla tarneahela tipus pigem. Eks see kultuuriline muutus on üks osa sellest. Ei ole võimalik mingite Hiina töömeetoditega saavutada mingit tipptaset näiteks./.../ Et endale töötajaid meelitada on see kindlasti üks tugev argument. /.../ kvaliteetsem majandus lõppkokkuvõttes, et selles suunas liikudes neid ideid ja seda indeksit näiteks korraldada see on kindlasti mõningal määral sellele juba kaasa aidanud – Eestis on tekkinud nii-öelda helgemad näited ettevõtetest, kes sellega süstemaatiliselt tegelevad.*“ (Intervjuu 6)

Lisaks toodi välja, et pikas perspektiivis nõuavad ka investorid, et ettevõtetele oleks ette näidata ka muid tulemusi ja aruandeid, kui vaid finantsaruandlus – põhjuseks jätkusuutlikkus, mis on eriti nõutud välismaiste investorite poolt ning seega tähtis eelkõige ekspordiga tegelevatele ettevõtetele. Toodi välja ka praeguse olukorra negatiivsed küljed näiteks, et hetkel mõõdetakse Eestis pigem ettevõtjate endi väiteid, mitte ettevõtte tegelikku mõju ning auditeerimise puudumist EÜV aruandluses. Audit annaks aruannetele ja tulemustele juurde palju usaldatavust, kuid hetkel on Eestis probleemiks kvalifitseeritud audiitorite puudumine selles valdkonnas.

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse ja selle hindamise leviku osas ollakse samal arvamusel, et levik on veel väga väikene ning kasvuruumi on väga palju. Samas on see

kiiresti kasvav trend ning info jagamine ettevõtete poolt enda ühiskondliku tegevuse kohta on üha rohkem levinud.

*„Ei, veel ei kasutata. Meil ei ole veel neid aruandlusvorme aga see, mis me praegu oleme ühe projektiga seotud, kus me põhimõtteliselt loome Eesti riigile CSR-poliitikat, et sinna on ette nähtud ka see mõõdikute süsteem. Näiteks riigieelarvelistele organisatsioonidele ja nendele, kes saavad mingisugust riigitoetust, et nende puhul on see CSR-valdkonna mõõdik ka oluline. Ta ei ole kohustuslik aga ta on soovitatav, et saada midagi./.../ Me oma erinevate uuringutega oleme jõudnud sellisele tõdemusele, et tegelikult tehakse palju rohkem, kui räägitakse. Ja üks võimalus selleks, et need asjad välja tuleksid ongi see sama indeks, muidu keegi ei saa teada, et keegi midagi teeb. (Intervjuu 3)*

*„Ettevõtete hulgas on see ikkagi vähe levinud. Et kui me oleme vastutustundliku ettevõtluse indeksis küsinud seda siis nendest, kes osalevad – natuke üle 50 ettevõtte, et sealt oleks siis ka viiendik sellega seotud. /.../ Lisaks kõiksugu väliskorporatsioonide Eesti esindused, kes ei anna välja mitte eestipõhist aruannet aga kes saavad neid andmeid eestipõhiselt ning saadavad neid andmeid oma regionaalsetele või rahvuvahelistele üksustele ehk siis konsolideerivad need andmed üldistesse raportitesse. /.../Siin on väga palju arenguruumi ning ettevõtted peaksid kindlasti sellega aktiivsemalt tegelema.../.../ Kui selle tegevusega tuleb kaasa suurem hulk ettevõtteid siis see muutub selliseks heaks äritavaks ja ettevõtted ka ise kujundavad selle nõudluse.(Intervjuu 5)*

*„Esmasemal tasandil, et ettevõtted üldse räägivad, mis nad teevad ühiskonna või oma töötajate või looduskeskkona jaoks, ma arvan, et see on üha rohkem levinud nähtus. /.../ Ma arvan, et kümnekond, võib-olla viisteist ettevõtet on Eestis, kes süsteemselt jälgivad ja seavad mõõdikuid ja siis püüavad tulemust parandada. Et nende arv ka kasvab aga ta on siiski eelkõige seotud keskkonna teemaga. /.../Eks ta areneb ja areneb üha kiiremini nii palju, kui tuleb koolidesse juurde erialasid, mida kahjuks praegu ei ole./.../Aga meil oleks väga vaja välja õpetatud auditioreid ja üldse selliseid uusi juhte. (Intervjuu 7)*

Autor nõustub ekspertidega, et hetkel on ettevõtte ühiskondlik vastutus ning selle hindamine Eestis veel väga vähe levinud ning eriti just ettevõtete väliste sidusgruppide

osas. Kliendid, omavalitsused, investorid, meedia jne. ei ole veel teadlikud selle olemusest ning ei oska EÜV aruandlust ettevõtetelt veel nõuda. Kindlasti aitaks selle levikule kaasa ühiskonna üldine teadvustamine ning ka näiteks koolide õppekavades sellega arvestamine.

Ekspert hinnangu, kui ühe EÜV hindamise meetodi negatiivsetest külgedest toodi välja subjektiivsus, mida eksperdid endaga kaasa toovad. Selle põhjuseks võib olla see, et ei ole kokku lepitud ühtseid aluseid, mida hinnatakse ning iga ekspert seab konkreetsetes olukorras või ettevõttes enda eesmärgid ning piirid. Seega ei ole erinevate ekspertide hinnangud ka võrreldavad. Samuti on see väga aeganõudev tegevus ning tulemused seab kahtluse alla ka see, et kes eksperthinnangu tellib ning kes selle eest maksab:

*„Ja kes neile maksab, muutub oluliseks. Noh tuues analoogiaid siis praegu majanduskriisi ilmingutes kogu aeg räägitakse, et Standard and Poor's ja muud muidu reitingutefirmad, et kuna neile maksid need finantsasutused, keda nad hindasid siis nad alati ütlesid, et kõik on väga hästi, A ja A+ ja A++ aga tegelik seis oli ju see, et kõik oli väga halvasti aga nad ei saanud ju öelda halvasti on, sest muidu ei oleks ju makstud neile“ (Intervjuu 4)*

Positiivseks loeti seda, et see meetod peaks andma suhteliselt adekvaatse ja täpse pildi ettevõtte olukorrast ning on organisatsiooni arendav.

Aastaruannete/materjalide sisuanalüüsi osas toodi negatiivsena välja see, et ettevõtted toovad välja selle, mida nad tahavad näidata. Samas on ka võimalik, et ettevõtte jätab midagi positiivset ütlemata:

*„Selle negatiivne pool oleks see, et see on ju hästi ettevõtte enda valida, et mida nad seal kirjutavad ja mida ei kirjuta. Et võib-olla CSRI puhul on just see, et mis ei ole kirja pandud on ettevõtte jaoks nii loomulik aga oleks täiesti väärtuslik teave CSRI koha pealt.“ (Intervjuu 1)*

*„...see on väga otseselt seotud sellega, et kuidas ettevõtte tahab ennast näidata. Aga aastaruanne on väga hea näiteks selgitamaks välja, mis on konkreetse ettevõtte prioriteediks. Et on näha, kuha nad oma tähelepanu ja ressursid suunavad. Ja see annab päris palju efekti“ (Intervjuu 3)*

Üksikute mõõdikute osas tõid kõik eksperdid välja selle, et negatiivseks on kindlasti ühe valdkonna hindamine. Ettevõtte võib olla ühes valdkonnas väga hea aga samas teised valdkonnad on täiesti välja arendamata ning tegelikku pilti see ei kajasta. Olenevalt olukorrast võib see meetod olla mõistlik näiteks ühe majandusharu hindamiseks.

*„Individuaalsed indikaatorid konkreetse teema lõikes on kindlasti väga head, nende miinus ongi see, et ta ei anna tervikpilti. Eestis lapstööjõudu ilmselt ei kasutata, samas ka meie keskelt on see palgalõhe teema ka läbi käinud ja neid kombineerides omavahel – sel juhul ilmselt saab pildi ette, et see kompaktsem lähenemine ilmselt ongi kõige mõistlikum, kasutades neid erinevaid meetodeid – nii eksperte, kui analüüsid dokumente ja sul on erinevad standardid, mis on ikkagi kvaliteedi märk.“* (Intervjuu 6)

Indeksite osas toodi välja negatiivsete külgedena nende piiratud raamistikku, sest indeksid ei mõõda alati kõiki ettevõtte tegevuse aspekte. Positiivne on kindlasti võrreldavus ning suur valim.

*„Negatiivne tõenäoliselt on see, et indeksis on ikkagi konkreetse asjad, mida sa saad hinnata ja sellisel juhul võivad teatud valimisse sattunud ettevõtete puhul mingid asjad jääda välja, mis tegelikult oleksid selle ettevõtte puhul olulised. Ühesõnaga kuna indeksi teemade hõlmatus on piiratud siis võib juhtuda, et kõik aspektid ei ole seal sees, nii et mõned olulised asjad võivad jääda välja.“* (Intervjuu 2)

*„Dow Jones on ju puhtalt finants, et ta näitab, kuhu finantsid on pandud. Et vastutustundlikkuse juures on seal palju teisi aspekte.“* (Intervjuu 3)

Erinevate huvigruppide kaasamisel indeksi mõõtmisesse oli üldine arvamus, et ideaalse tulemuse annaks kindlasti mõlemate huvigruppide poolsed arvamus, kuid kuna see on väga ajamahukas siis ei saa olla valim väga suur.

*„...et seda saab teha näiteks ühe ettevõtte kuni kümne ettevõtte baasil sellist uuringut aga rohkem – selleks on vaja väga palju tööd ja väga palju ressursse.“* (Intervjuu 3)

Küsimustiku (*scale*) osas arvati, et lisaks skaalale võiks olla ka avatud küsimused, mis suurendaksid tulemuste usaldusväärsust. Samuti annaks väga hea tulemuse erinevate huvigruppide küsitlemine ning siis nende tulemuste vastandamine.

Aruandlusjuhiste osas ollakse samuti ühisel arvamusel, et kuna nende juhiste täitmine ja järgimine on väga aja- ning ressursimahukas siis peaks alati arvestama olukorda ning pigem ei sobi see meetod väikestele ettevõtetele. Sellisel juhul ei anna see ka võrreldavust üldiselt, vaid võimalik on võrrelda vaid suurettevõtteid, kes täidavad neid juhiseid. Samuti ei saa neid kasutada vaid Eesti siseselt kuna nende koostamisel on arvestatud sellega, et erinevaid kultuure hõlmata ning vaid ühe riigi siseselt jäävad olemasolevad rahvusvahelised juhised liiga üldiseks.

*„On üks ettevõtte andnud välja CSR aruande, see on Viru Keemia Grupp. Neil olid kaasatud väliseksperdid ja väliskonsultandid, et seda teha. See on väga töömahukas ja väga suur ettevõtmine sellele organisatsioonile. Aga noh, kes selle korra läbi teeb, sellel on päris hea meel, et on näha, mis on ja kus saab veel asju parandada.“* (Intervjuu 3)

Positiivsena toodi välja kokkuleppelisus ja kuna kõiki hinnatakse samadel alustel on sidusgruppidel väga mugav lugeda neid aruandeid ja võrrelda erinevaid ettevõtteid.

### **2.3 Ekspertide seisukohad ettevõtte ühiskondliku vastutuse osas Eestis, järeldused ja ettepanekud**

Kasutatavatest meetoditest arvas üks ekspert, et praegune olukord, kus mõõdetakse indeksiga ettevõtete ühiskondlikku vastutust on kõige mõistlikum. Teine ekspert avaldas arvamust, et kui ettevõtted tahaksid ise ennast hindama hakata oleks mõistlik erinevate meetodite ja standardite kompositsioon. Hindamisega alustavale ettevõttele soovitati alustada olemasoleva Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi poolt koostatava indeksi kasutamisega.

*„See CSR indeks on väga hea meetod, mina soovitaks küll ettevõtetele sellest alustada, et eesti keelne, lihtsalt kättesaadav, ei ole mitte väga mahukas, samas piisavalt põhjalik, et ei anna lihtsalt ülevaatlikku infot mõne peamise tegevuse kohta. Ikkagi süsteemne, hea asi. Mina väga tunnustan, et seda võiks lihtsalt parendada või lisada mingi eksperthinnangu või natuke sellist järjepidevust juurde, et kui igal aastal võetakse puhtalt lehelt siis seal võiks olla eelmise aasta tulemused ja selle aasta tulemused võrdluseks võiks sisse viia. Ma arvan, et seda annab teha paremaks aga kohalikele eesti ettevõtetele ma ei arva, et peaks olema midagi muud juures. Väga hea praktiline, eesti*

*keeles./.../suured võiks edasi arendada seda uut ISO 26000, et nüüd on see eesti keeles ka olemas“ (Intervjuu 7)*

Ühe eksperdi hinnangul võiks ettevõtte ise hinnata enda ühiskondlikku vastutust huvigruppidest lähtuvalt:

*„Mulle tundub, et siiski seda ühiskondlikku vastutust väga palju praegu vaadatakse just läbi selle huvigruppide prisma. Et see ongi see, mille põhjal ma saan otsutada, kas ta on vastutustundlik või ei ole, kui ta suudab erinevaid huvigruppe ja rahuldada ja mida rohkem ta suudab nende ootustele vastata seda vastutustundlikumaks me võime teda pidada. Aga sellist ühtset valemist ilmselt ei ole, kõik juhtumid on erinevad ja sõltub, et mida tahetakse saada ja analüüsida.“ (Intervjuu 2)*

Erinevate meetodite kasutamine hindamiseks väike- ja suurettevõtteid tõi välja erinevaid seisukohti ekspertide osas.

*„Ma arvan, et see ideaalne meetod peaks olema selline, kus ei oleks seda vahet. Et noh see sama indeksi koostamise asi, et see selgelt soosib suuri. Et see, kus nagu väikesed saaksid olla võrdsed suurtega – ma arvan, et see oleks ikkagi...et vaata see tegevusskoop on ju suurtel ka niivõrd palju laiem, et selles mõttes peabki seal palju laiemaid asju ikkagi küsima. Et kui me küsime selle vähima nimetaja järgi, mis on olemas nii väikesel, kui suurel siis tulemus võib olla see, et mõlemad on võrdsed aga suurel on siis 90% tegevusest veel lisaks, mida ei ole küsitud ja kus saaks tegelikult mõõta, mida väikesel ei saa.“ (Intervjuu 1)*

Samal seisukohal olid ka teised eksperdid, et väike- ja suurettevõtete vahe on liiga suur, et oleks olemas hea meetod neid koos hinnata. Samas on Eestis neid ettevõtteid, keda hinnata, nii vähe, et siiski võiks neid koos võrrelda.

*„Pigem võiks teha ühe ja sama, ma põhjendada ei oska. Aga jah muidu suurtel on üldisemaid kohustusi muidu ka, millest väikesed saavad mööda vaadata., (Intervjuu 4)*

Samas tõi antud ekspert välja ka näiteid praktikast, mis vastandub teiste arvamusele, et suurte ettevõtete tegevusvaldkond on palju laiem:

*„Aga nüüd, kui ma võrdlen omavahel just neid väikseid MTÜsid, keda ma olen sotsiaalse ettevõtluse poolelt vaadanud ja oma pangandusalast kogemust, siis tundub, et pangad on ikka palju rohkem fokusseeritud oma põhitegevusele, kui väikesed MTÜd – et siis ma tegin veel selle väikese projekti sealt ja siis seal oli mingi hea taotlusvoor ja tegin selle asja ka ja...(MTÜde kohta), et neil on palju rohkem killustunud kogu tegevus, kuigi võiks arvata vastupidist aga praktikas tundub, et on niimoodi. Et väikese jaoks on oluline just igast võimalusest kinni haarata samas, kui suur saab valida ja öelda, et ei, see ei ole minu teema.“ (Intervjuu 4)*

Lisaks töö autori poolt väljatoodud meetoditele nimetasid eksperdid veel mitmeid meetodeid, mida tasuks uurida ning mida oleks võimalik ka edukalt Eestis kasutada.

*„Noh seda eneseanalüüsi ma ju nimetasin, need on tegelikult suhteliselt töötavad meetodid ja siis see erinevade huvigruppide, et põhimõtteliselt see 360°meetod, et kui sellist asja kasutada või on kellelgi nii palju võimalusi siis see kindlasti aitab. Nüüd on see uus ISO 26001, mis eelmine aasta loodi. See on selline rahvusvaheline, mis mõõdab täitsa konkreetselt vastutustundlikule suunatud tegevusi. Aga see on ka selline rahvusvaheline jällegi.“ (Intervjuu 3)*

*„Üks oli see ISO 26000 indeks aga otseselt ma rohkem ei oska nimetada, ma ei ole ammu tegelenud selle teemaga aga ma olen täiesti kindel, et neid on veel. Võib-olla peaks otsima neid juurde.“ (Intervjuu 2)*

*„Mida sul vist siin nagu mainitud ei olnud aga mida ma uuringutes näen on ikkagi see mitte nüüd aastaaruannete sisuanalüüs aga ikkagi konkreetselt need financial reportid. Mida seal siis mõõdetakse, et noh ma ei tea kulutused...kui palju mingi asja peale raha kulutatakse. Näiteks kulutused keskkonnakampaaniate peale. Otsesed rahalised näitajad, et kui palju käibest kulutatakse mingi asja peale, mis arvatakse, et on seotud CSR-ga. Töötajatest hoolimine, haridusse investeerimine, tervisekulud – sellised asjad. Et see on üks asi, mis ma olen näinud, mida kasutatakse.“ (Intervjuu 1)*

Uue mõõdiku kasutuselevõtmise osas olid kõik eksperdid samal seisukohal, et täiesti uut ei ole alati vajalik ja otstarbekas luua. Samas ei ole mõistlik ka võtta ühtegi mujal



maailmas kasutusel olevat meetodit otse üle, kuna majanduskeskkonnad ja kultuurid on erinevad.

*„See, et võtta eeskujuks ja siis kohandada Eestile sobivaks. Sest, kui võtta otse ja tõlkida välismaalt siis on päris palju punkte, mis meie oludes üldse ei kehti ja kui hakata nagu nullist tegema, sellel ei oleks ka suurt mõtet. Siis tekivad need küsimused, et kas on see usaldusväärne valik, mida me kasutame. Et pigem võtta see, mida on mujal tehtud ja leida siis sealt see, mis sobib meie jaoks ja panna juurde neid, mis meil on vaja.“ (Intervjuu 3)*

Autori poolt läbi viidud uuringust selgus, et üldiselt ei ole ettevõtte ühiskondliku vastutuse ja selle hindamise teema Eesti laialt levinud ning eksperte, kes antud teemaga tuttavad oleksid, on väga vähe. Seda suurem probleem on ühiskonnaga üldiselt, kus ei teata sellest ega osata ettevõtetelt nõuda ühiskondlikku vastutust ega selleteemalist aruandlust.

Uuringus kasutatud ekspertide kokkupuude ettevõtte ühiskondliku vastutuse ja selle hindamisega oli piisav, et uuringutulemusi võiks usaldusväärseteks pidada. Ekspertid olid seda valdkonda uurinud ka erinevate uuringutega seoses või olid ametialaselt sellega igapäevaselt seotud. Ilmnes ka see, et mitmed intervjuueeritud ekspertid olid ka ise erinevaid mõõdikuid koostanud ning see lisab usaldusväärsetust veelgi.

Ekspertid suhtusid ettevõtte ühiskondlikku vastutusse üldiselt ja selle hindamisse väga hästi ning pidasid EÜV-d üheks tähtsaimaks aspektiks ettevõtte jätkusuutlikkuse tagamisel. Samuti on see oluline pikaajalises perspektiivis investorite jaoks ning väga tähtis üldist majandusarengut arvestades, et kõrge kvalifikatsiooniga tööjõud oleks nõus Eesti ettevõtetesse tööle tulema ning siia jääma. Intervjuueeritavate hinnangul on hetkel EÜV hindamine Eestis veel väga vähe levinud ning sellega tegeleb pidevalt umbes 10-15 ettevõtet. Seetõttu on oluline riigi roll sellest valdkonnast ühiskonna teadvustamisel ning arendamisel.

Uuringu käigus saadud ekspertide hinnangud erinevatele meetoditele kattusid suures osas autori poolt töö teoreetilises osas esitatud hinnangutega. Ühisel arvamusel oldi selles, et üksikud mõõdikud, näiteks reostuse mõõtmine või naiste palk võrreldes meeste

palgaga annab küll hea ülevaate, kuid ainult ühes aspektis ning ei ole seega üldistatav kogu ühiskondliku vastutuse alla mõeldavale osale. Eksperthinnagu osas toodi negatiivsete külgedena välja selle meetodi subjektiivsust ning väikest valimit. Samuti ei ole erinevate ekspertide antud hinnangud ettevõtetele võrreldavad. Samas ettevõtte enda jaoks on selline meetod väga põhjalik ning ilmselt üks kasulikumaid, kuna saadakse infot just enda kohta. Selline meetod on väga arendav ettevõtte juhtkonnale.

Aastaruannete sisuanalüüs ning skaala on kõige ebausaldusväärsemad meetodikad kuna nende puhul saavad ettevõtted ise otsustada, millist infot ja mil määral nad edastavad – seega ei pruugi negatiivne tegevus üldse välja tulla. Indeksid ning jätkusuutlikkuse aruandluse juhised on suurte valimite korral kindlasti parimad valikud ning võimaldavad saada kogu ettevõtlussektori tasandil tulemusi. Eelkõige indeksi näol.

Kui peaks tekkima vajadus hinnata ettevõtteid kogu ettevõtluse sektori tasandil ning neid järjestada on hetkel Eestis kasutuselolev meetod – Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi poolt koostatav indeks – üks sobivamaid variante. Kuna see on hetkel ka ainus eestikeelne ning Eestis läbiviidav on see ka uutele, asjast huvitatud ettevõtetele, väga hea võimalus alustamiseks. Kui ettevõtted peaksid soovima ise ennast hinnata pidasid eksperdid sobivaimaks erinevaid standardeid ning olemasolevaid väikeseid mõõdikuid ning ka nende omavahelist sobitamist.

Antud töö autori ettepanekud pärast teoreetilise osa uurimist ning uuringu läbiviimist oleksid järgmised:

Kuna ühiskond on veel väga vähe informeeritud sellest teemast ja ei osata ka ettevõtetelt oodata ühiskondlikult vastutustundlikku käitumist tuleks suurendada teadvustamist ja viia see ühiskonnas nõ. iseenesestmõistetavale tasemele. Selles osas on suure töö ära teinud Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum, kuid kuna tegemist on siiski vaid ühe organisatsiooniga ei ole neil piisavalt ressursse, et viia enda sõnum ühiskonnas väga laiale osale. Seetõttu on väga suur roll riigil ja avalikul sektoril, et see teema hakkaks ühiskonnas laiemat kandepinda leidma.

Lisaks teadvustamisele on vajalik ka toetada uute mõõdikute koostamist, mis oleksid sobilikud näiteks just väikeettevõtetele, kellel ei ole aega ja ressursi, et hakata ise

otsima ja koostama endale mõõdikut aga kui selline oleks olemas, saaksid nad selle kohe kasutusele võtta. Riigi poolt koostatav EÜV alane poliitika, mis viib EÜV avalikku sektorisse on väga heaks eeskujuks. Eelkõige tuleks aga siiski viia ettevõtjate teadmised ettevõtte ühiskondlikust vastutusest aga sellisele tasemele, et nad hakkaksid tundma vajadust enda hindamise järele.

Et saada ülevaadet, milline on Eesti hetkeolukord ettevõtte ühiskondliku vastutuse alal võiks riik rakendada meetodit, mille tõi välja üks ekspert – panna kokku üks indeks või mõõdik juba olemasolevatest andmetest. Näiteks Statistikaameti poolt kogutavad andmed sisaldavad kindlasti aspekte, mis kattuvad ettevõtte ühiskondliku vastutuse kontseptsiooniga ning need erinevates andmebaasides olevad andmed tuleks lihtsalt üles leida ning koondada. Samas võiks selline eesmärk olla ka mõne uue uuringu eesmärgiks.

## KOKKUVÕTE

Ettevõtte ühiskondlikku vastutust on defineeritud väga paljude erinevate autorite poolt, kuid ühte kokkuleppelist definitsiooni ei ole siiani välja kujunenud. Selle üheks põhjuseks võib olla ettevõtte ühiskondliku vastutuse laiahaardelisus, mille korral oleneb kindel definitsioon uuringu eesmärgist ning ülesehitusest. Siiski võib leida erinevate definitsioonide osas sarnaseid põhimõtteid, mida välja tuuakse. Ettevõtte ühiskondlik vastutus on ettevõtte panus ühiskonda ja seega huvigruppidesse sellisel moel, mis ei ole seadusega määratud ega eetilisel oodatud. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse puhul arvestatakse nii keskkonna, ühiskonna, kui ka majandusliku olukorraga.

Ettevõtte ühiskondlik vastutus toob ettevõtetele pikaajalist kasu läbi paraneva maine, paranevate suhete partnerite ja tarbijatega ning ühiskonnaga üldiselt. Kuigi lühiajaliselt võib selle meetodi rakendamine olla kulukas, on vaatamata vastuseisjatele pikaajaliselt siiski kasumlik seda rakendada.

Et täpsemalt käsitleda ning kirjeldada ettevõtte ühiskondliku vastutuse kontseptsiooni on välja töötatud mitmeid mudeleid. Nendeks on näiteks sotsiaal-majanduslik, sidusgruppide ning tulemuste kolmikmõõtme mudel.

Nagu ka ettevõtte ühiskondliku vastutuse definitsiooni osas ei ole välja kujunenud ühtset vastet, ei ole ka hindamise osas standardset meetodit. Antud töös toob autor välja kuus meetodit: eksperthinnang, aastaaruannete sisuanalüüs, reostuse vähendamise mõõtmine, EÜV indeksid, jätkusuutlikkuse aruandlus ja skaala. Töö teoreetilise osa põhjal on autori arvates parimaks kasutatavaks meetodiks indeks, kuna see võimaldab suurt valimit ning võimalik on saada ülevaade vajalikest sidusgruppidest ning EÜV osadest.

Kaks erineva mõõtesuunaga indeksit on Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi poolt kasutatav indeks, mis mõõdab ettevõtete vastutuse taset nende enda positsioonilt vaadates, Kanji ja Chopra indeks aga mõõdab ettevõtte ühiskondlikku vastutust sidusgruppide poolt. Neid kahte meetodit korraga rakendades võib saada huvitavaid ning üllatavaid tulemusi ettevõtte jaoks ning annab kindlasti põhjust analüüsiks, kas ettevõtte on täitnud ühiskonna ootuseid nagu seda on soovitud või mitte.

Et saada teada EÜV olukorrast Eestis ja leida parim meetod EÜV hindamiseks viis autor läbi 7 süvainterjvuud ekspertidega, kes olid selle teemaga piisavalt kursis. Töö teises osas esitatud empiirilise uuringu tulemused toetasid teooria põhjal tehtud järeldusi, et parim hindamismeetod Eestis oleks indeks.

Uuringust selgus, et Eestis ei oska ühiskond veel oodata ettevõtetelt vastutustundlikku käitumist ning informeeritus selles vallas on väga väike. Sellega püüab hetkel ka riik tegeleda toetades erinevaid projekte ning olles üheks osapooliks Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi poolt koostatava indeksi juures. Kuid lisaks teadvustamisele oleks vajalik toetada ka spetsiaalsete indeksite koostamise väikeettevõtetele, kes saaksid seda kasutada iseseisvalt ning võrrelda enda tulemusi ajas.

Veel üks huvitav aspekt, mis tuli välja intervjuude käigus oli see, et riik võiks koostada enda indeksi juba olemasolevatest andmetest. Andmed on olemas statistikaametis ja maksuametis nii et tuleks mingi hinnangumeetod välja töötada, et saaks hea ülevaate hetkel Eestis toimuvast. Samas võiks see idee olla ka eesmärgiks mõnes järgnevas uuringus, millega töötataksegi see indeks (või mõni muu meetod) välja.

## VIIDATUD ALLIKAD

1. **Abbott, W.F., Monsen, R.J.** On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self – reported disclosures as a method of measuring corporate social involvement. - The Academy of Management Journal, 1979, Vol. 22, No. 3, pp. 501-515.
2. **Abreu, R., David, F., Crowther, D.** Corporate Social Responsibility in Portugal: empirical evidence of corporate behaviour. - Corporate Governance: The International Journal of Business in Society, 2005, Vol. 5, No. 5, pp. 3-18.
3. **Aras, G., Aybars, A., Kutlu, O.** Managing Corporate Performance. Investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in emerging markets. - International Journal of Productivity and Performance Management, 2010, Vol. 59, No. 3, pp. 229-254.
4. **Aras, G. and Crowther, D.** Corporate sustainability reporting: a study in disingenuity? - Journal of Business Ethics, 2008, Vol. 87, No. 1, pp. 279-289.
5. **Bowen, H.R.** Social responsibilities of the businessman. New York: Harper&Row, 1953. Viidatud **Carrol, A. B.** Corporate Social Responsibility : Evolution of a Definitional Construct. Business Society, 1999, Vol. 38, No. 3, pp. 268-295. vahendusel.
6. **Carrol, A. B.** The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. - Business Horizons, 1991, Vol. 34, pp. 39-48.
7. **Carrol, A. B.** Corporate Social Responsibility : Evolution of a Definitional Construct. - Business Society, 1999, Vol. 38, No. 3, pp. 268-295.
8. **Chapple, W., Moon, J.** Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia. A Seven-Country Study of CSR Web Site Reporting. - Business and Society, 2005, Vol. 44, No. 4, pp. 415-441.

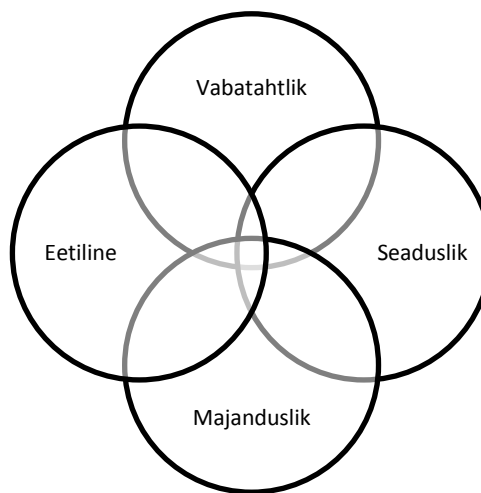
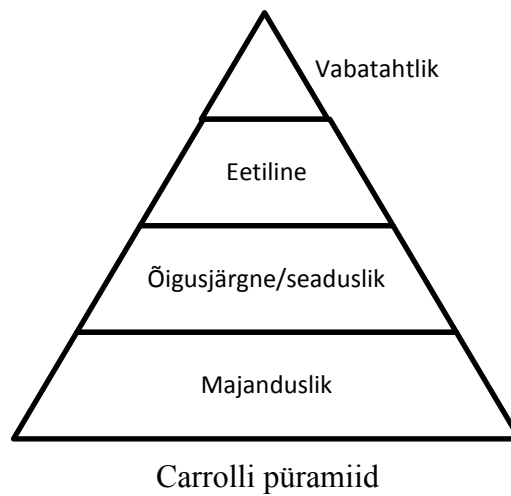
9. **CSR Main Concepts.** World Bank Institute, 2002, 39 p.  
[<http://www.csr.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=465/Main+Concepts+of+CSR+WBI.pdf>]. 07.02.2011
10. **Davis, K.** Can Business Afford To Ignore Social Responsibilities? - California Management Review, 1960, Vol. 2, No. 3, pp. 70-76.
11. **Johnson, H. L.** Business in contemporary society: Framework and issues. - Belmont, CA: Wadsworth, 1971.
12. **Jones, T. M.** Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined. - California Management Review, 1980, Vol. 22, pp. 59-67.
13. **Jones, T. M.** An Integrating Framework for Research in Business and Society: A Step Toward the Elusive Paradigm? - Academy of Management Review, Vol. 8, pp. 559-564.
14. **Kanji, G. K., Chopra, P. K.** Corporate social responsibility in a global economy. - Total Quality Management, 2010, Vol. 21, No. 2, pp. 119-143.
15. **Lamson, L.** Ettevõtte ühiskondliku vastutuse põhimõtete rakendamine Eesti kommertspankades. Tallinna Majanduskool Majandusarvestuse- ja maksunduse osakond, 2009, 69 lk. (lõputöö)
16. **Lember, U.** Ettevõtte ühiskondlik vastutus, vastutustundlikud investeeringud ja nende seos finantstulemustega Eesti institutsionaalsete investorite pilgu läbi.  
[[www.emselts.ee/konverentsid/EMS2006/4.../Uku\\_Lember.pdf](http://www.emselts.ee/konverentsid/EMS2006/4.../Uku_Lember.pdf)] 02.01.2012
17. **Marrewijk, M. v.** Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. - Journal of Business Ethics, 2003, Vol. 44, pp. 95-105.
18. **Matten, D., Moon, J.** „Implicit“ and „Explicit“ CSR: a conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. – Academy of Management Review, 2008, Vol. 33, No.2, 404-424
19. **Mitendorf, A.** Kvalitatiivne andmete analüüs, 18 lk.  
[<http://www.lvrkk.ee/kristiina/kvalitat/1/start.html>]. 16.05.2011
20. **Mitendorf, A.** Intervjueerimise oskused, 11 lk.  
[<http://www.lvrkk.ee/kristiina/airi/intervjueerimisioskused/index.html>].  
16.05.2011
21. **McGuire, J. W.** Business and society, New York: McGraw – Hill, 1963.

22. **Noorkõiv, T., Tamm, K.** Ettevõtte ühiskondlik vastutus – kontseptsioonid ja hetkeolukord Eestis. Tartu Ülikool, *s.a.*, 17 p.
23. **Quazi, A. M., O'Brien, D.** An Empirical Test of a Cross-national Model of Corporate Social Responsibility. - Journal of Business Ethics, 2000, Vol. 25, pp. 33-51
24. **Roostalu, L.** Controllingu arendamine Tallinna linnaorganisatsioonis. Mainori Kõrgkool, 2008, 88 lk. (magistritöö)
25. **Turker, D.** Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. - Journal of Business Ethics, 2009, Vol. 85, No. 4, pp. 411-427.
26. Vastutustundliku Ettevõtluse Indeks 2010. Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum, 2 lk.  
[[http://www.csr.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=9713/Indeksi+ankeedi+tutvustus\\_EST.pdf](http://www.csr.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=9713/Indeksi+ankeedi+tutvustus_EST.pdf)]. 22.02.2011
27. Vastutustundliku ettevõtluse indeksi 2010 tulemused. Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum. [<http://www.csr.ee/10313>]. 22.02.2011
28. Vastutustundliku ettevõtluse indeksi ankeet. Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum. [<http://www.csr.ee/7518>]. 15.03.2011
29. Vastutustundliku ettevõtluse TOP 2009. – Äripäev, juhtimine lisa, aprill 2009, lk. 12-13
30. **Votaw, D.** Genius Becomes Rare: A Comment on the Doctrine of Social Responsibility Pt.1. - California Management Review, 1972, Vol. 15, No. 2, pp. 25-31.
31. What is Corporate Social Responsibility (CSR)? CSR wire, 1 lk.  
[<http://www.csrwire.com/pdf/WhatIsCSR.pdf>]. 01.03.2011
32. **Zu, L.** Corporate Social Responsibility, Corporate Restructuring and Firm's Performance. Empirical Evidence from Chinese Enterprises. Berlin: Springer, 2009, 307 p.



## LISAD

### Lisa 1. Carrolli püramiid ja Jonesi lõikuvad ringid



Allikas: Zu 2009: 24

## Lisa 2. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse poolt- ja vastuargumendid

Ettevõtetel on kohustused vaid osanike ees (antisotsiaalne vastutuse positsioon)	Ettevõtetel on osanike ja sidusrühmade ees erinevad kohustused (EÜV)
Majanduslik mudel töötab vaid siis, kui ettevõtte seab osaniku huvid tähtsaimaks. See mudel eeldab ühiskonna ressursside optimaalset kasutamist.	Majanduslik mudel ei tööta enam: oligopoolseid (üksikud suured ettevõtted) tööstuseid on külluses. Omanikud ei kontrolli ettevõtteid. Valitsus on sügavalt seotud majandusega. Samuti tugineb ühiskonna ressursside optimaalse kasutamise väide küsitaval oletusel, et optimaalsus võrdub efektiivsus.
Ettevõtte on majanduslik institutsioon ja peaks selle alusel ka käituma, et teenida ühiskonda parimal viisil. Kasum annab mõista ühiskondlikult soovitatavast käitumisest.	Ettevõtted mängivad poliitilist rolli, valitsused mängivad majanduslikku rolli. Kasum ainuüksi ei too kaasa ühiskondlikult soovitud tulemust.
Seadus hoiab ära ettevõtetel ühiskondliku vastutustundliku käitumise. Põhikiri seab piirangud ettevõtte tegevusele – ettevõtte juhtkond on osanikega töösuhtes ning seega peavad teenima vaid nende huve.	Seadus paneb paika piirid ettevõtte tegutsemisele. Põhikirjad on üldiselt väga laiaulatuslikud ja kohtud on toetanud juhtimistegevusi, mis kalduvad tugevalt kõrvale puhtalt kasumi teenimise eesmärgist. Seaduslikud kokkulepped tihti kohandavad reaalsust selle asemel, et seda luua. Seadus mõnikord järgib, mitte ei juhi ühiskonda.
Juhte ei õpetata välja, et teenida ühiskondlikke huve. Sellega kaasneb suur ebaefektiivsus ja ebavõrdsus, kui neid sunnitakse selleks.	Juhtkond ei pruugi olla välja õpetatud järgima ühiskondlikke huve aga nende tegevuse ühiskondlik ja poliitiline mõju on paratamatu.
Ühiskondlik vastutus, kui see vähendab osanike kapitali, võrdsustub vargusega. Juhtkond omastab ja siis annab ära raha, mis kuulub omanikele.	Ühiskondlikku vastutust ei tohiks käsitleda kui vargust. Ettevõtte, kes käitub vastutustundlikul moel võib lihtsalt maksta ühiskonnale tagasi ühiskonna kulusid, et teha äri. Need on kulutused, mille eest ettevõtted saavad harva arveid.
	Ettevõtted on ühiskondlikud institutsioonid, mis peavad arvestama ühiskondlike standarditega. Ühiskond on muutnud standardeid ettevõtete jaoks ja tal on selleks ka õigus.

Allikas: Jones 1980: 61

### **Lisa 3. Valik Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi küsimustikust**

#### **1. Ettevõtte strateegia**

##### **1.1 Visioon, missioon ja väärtused**

Kas Teie ettevõtte visiooni, missiooni ja/või väärtuste sõnastuses on kajastatud ettevõtte soov tegutseda vastutustundlikult (st arvestada lisaks majandustulemustele ka sotsiaalse ja looduskeskonna arenguga ning erinevate sidusgruppide ootuste ja vajadustega)?

##### **1.2 Vastutustundliku ettevõtluse põhimõtted**

1.2.1 Kas Teie ettevõttel on määratletud oma vastutustundliku ettevõtluse põhimõtted?

1.2.2 Kes on olnud kaasatud Teie ettevõtte vastutustundliku ettevõtluse põhimõtete kujundamisse?

##### **1.3 Riskijuhtimine**

Kas Teie ettevõttes hinnatakse oma ühiskondlikust vastutusest tulenevaid riske ja võimalusi?

##### **1.4 Eestvedamine**

Kas Teie ettevõtte on võtnud eestvedaja rolli vastutustundliku ettevõtluse edendamisel ühiskonnas laiemalt?

##### **1.5 Vastutustundliku ettevõtluse põhimõtetest kinnipidamine kriisiaegadel**

Kas olete oma põhimõtetes seoses majanduskriisiga midagi muutnud?

#### **2. Põhimõtete integreerimine**

##### **2.1 Vastutustundliku ettevõtluse põhimõtete teadvustamine töötajate seas**

2.1.1 Kui suur osa Teie ettevõtte töötajatest on teadlikud Teie ettevõtte vastutustundliku ettevõtluse põhimõtetest?

2.1.2 Kui suur osa Teie ettevõtte töötajatest on kaasatud Teie ettevõtte vastutustundliku ettevõtluse põhimõtete kujundamisse ning tegevuste määratlemisse?

2.1.3 Kui suurelt osalt Teie ettevõtte töötajatelt küsitakse tagasisidet Teie ettevõtte vastutustundliku ettevõtluse põhimõtete järgimise kohta?

##### **2.2 Tulemusjuhtimine**

Kas vastutustundliku ettevõtluse põhimõtted on kajastatud Teie ettevõtte töötajate tulemuste hindamises ja tasustamises?

2.3.1 Kas Teie ettevõtte strateegiliste otsuste juures arvestatakse mõju kogukonnale/loodus-/turu-/töökeskonnale?

#### **2.4 Juhatuse ja nõukogu kaasamine**

Kas vastutustundliku ettevõtluse põhimõtted ja/või mõni selle valdkonnaga seotud küsimus on olnud arutlusel Teie ettevõtte juhatuse, nõukogu ja/või aktsionäride/omanike koosolekutel?

#### **2.5 Töötajate koolitus**

Kas Teie ettevõtte töötajad on saanud koolitust, mis aitab toetada Teie ettevõtte vastutustundlikku toimimist?

#### **2.6 Sidusrühmade kaasamine**

Kas Teie ettevõtte kaasab sidusrühmi oma tegevuse kujundamisse?

### **3. Valdkondade juhtimine**

3.1 Palun nimetage 3 olulisimat tegevust, mida Teie ettevõtte kogukonnas teeb ning kirjeldage neid.

3.1.4 Kas Teie ettevõtte pakub koolitusvõimalusi inimestele väljaspool ettevõtet (nt praktikavõimalused, töökogemus noortele jne)?

#### **3.2 Looduskeskkond**

3.2.1 Palun nimetage 3 olulisimat tegevust, mida Teie ettevõtte looduskeskkonna valdkonnas teeb ning kirjeldage neid

#### **3.4 Turukeskkond**

3.4.5 Kas Teie ettevõttel on kehtestatud kindel kord/standardid klientide kaebuste lahendamiseks?

### **4. Tulemuste hindamine, aruandlus ja kommunikatsioon**

#### **4.2 Kommunikatsioon ja aruandlus**

4.2.2 Kas Teie ettevõtte annab aru oma vastutustundliku ettevõtlusega seotud tegevuse tulemuste kohta?

(Vastutustundliku Ettevõtluse....2011)

## **Lisa 4. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse teemalise süvaintervjuu struktuur**

### **I osa. Ülevaade intervjuueeritavate tasemest.**

#### **1. Isiklik kokkupuude EÜV mõõtmise ja hindamisega**

Milline on Teie isiklik kokkupuude EÜV mõõtmise ja hindamisega?

Milliseid mõõdikuid olete ise kasutanud?

#### **2. Suhtumine EÜV hindamisse ja levikusse Eestis**

Kuidas suhtute EÜV hindamisse? Kas see on vajalik?

Kui levinud on Teie arvates hetkel EÜV hindamine Eestis? Mis tasemel võiks olla?

### **II osa. Hindamismeetodite eelised ja puudused**

#### **3. Arvamus Eksperthinnangust**

Millised on eksperthinnangu positiivsed ja negatiivsed küljed?

#### **4. Arvamus (Aasta)aruannete/materjalide sisuanalüüsist**

Positiivsed/negatiivsed küljed

#### **5. Individuaalsed mõõdikud - Reostuse mõõtmine (ISO 14001 standard), lapstööjõu kasutamine, naiste palk võrreldes meeste omaga jne.**

Positiivsed/negatiivsed küljed

#### **6. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse indeksid (Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi indeks Eestis, Taani sotsiaalne indeks, Kanji ja Chopra indeks, FTSE4Good indeks, Dow Jonesi jätkusuutlikkuse indeks)**

Positiivsed/negatiivsed küljed

Kumba meetodit peaks eelistama – kas seda, et uuringus on sihtgrupiks (ankeeti täidavad) uuritava ettevõtte sisesed või välised sidusgrupid?

#### **7. Jätkusuutlikkuse aruandlusjuhised (Global Reporting Initiative (GRI), AA1000S (Accountability 1000 seeria)).**

Positiivsed/negatiivsed küljed

## **8. Skaala/küsimustik (scale)**

Positiivsed/negatiivsed küljed?

Kas antud meetod on piisavalt põhjalik, et seda saaks kasutada ettevõtte ühiskondliku vastutuse hindamiseks? (Kuna kirjanduses on välja toodud, et skaala abil saab hinnata küll ettevõtete juhtide hinnaguid ettevõttele aga mitte ettevõtte enda panust ühiskonda)

## **9. Üldised hinnangud erinevatele meetoditele.**

Milliseid antud meetodeist oleks mõistlik Eestis kasutada?

Millised meetodid on edukamad pigem väike-, millised suurettevõtete hindamiseks? Või saab kõiki ettevõtteid hinnata ühe meetodiga?

Kas lisaks nimetatutele Teate veel meetodeid, mida võiks Eestis praktiseerida? Kas need oleksid edukamad, kui antud töös nimetatud?

Kui keeruline oleks mõnes teises riigis kasutatavat meetodit (näiteks indeksit) tõlkida eesti keelde ja hakata siin kasutama? Või oleks mõistlikum luua täiesti uus, Eesti olusid arvestav mõõdik?

Allikas: Autori koostatud

## **SUMMARY**

### **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND IT'S MEASUREMENT OPPORTUNITIES IN ESTONIA**

Märt Saarmets

Corporate social responsibility (CSR) is important way for organisations to get competitive advantage. Because of its growing popularity is very important for organisations to learn how to use it and how to be sure that their competitors are not ahead of them. In Estonia CSR is not so popular and well-known as in western-countries. But this is starting to change, mainly because of the globalization. For that reason it is important for Estonian companies to be able to evaluate themselves and to compare with partners and competitors. This is the reason making a research is needed.

The main purpose of this research is to examine the different options measuring corporate social responsibility and to find the best method for Estonian companies.

The research tasks that were set to achieve the goal of the thesis:

1. Defining and explaining the concept of corporate social responsibility
2. Getting an overview of the profitability of corporate social responsibility
3. Finding out and analyzing different ways to measure corporate social responsibility
4. Analyzing different evaluation methods to conduct interviews
5. Working out interview plan and conducting interviews
6. Making conclusions and suggestions to measure corporate social responsibility in Estonian companies

There are different ways to measure corporate social responsibility – expert opinions, annual reports content analysis, measuring pollution decreasing, indexes for corporate social performance, different scales and global reporting initiative.

The author found the indexes to be the best way measuring corporate social responsibility. The reasons are the chance to use wide sample, measure it over time and short time for respondents to fill the questionnaire. As the Estonian companies are mainly SME-s it is not likely for them to start using experts to evaluate their company (because it is probably too expensive) or some international reporting (because it takes too much time for them to fill the questionnaire etc.).

To get an overview of CSR in Estonia and to find out the best methods, the author conducted interviews with 7 CSR-experts as a research method.

As a result of interviews it came out that the attitude towards CSR in Estonia is positive and it is needed to be sustainable. Also it is important for potential investors and educated labour to know that Estonian companies are sustainable. At this point CSR is not very common and only about 10-15 companies are practising it regularly.

The experts evaluations confirmed authors hypothesis that the best method for Estonian companies to evaluate themselves is index. The only well-known method used now in Estonia is also an index (Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum's index) and all experts agreed that this is at this moment best one to use. Methods that measure only one part of CSR are good for certain information but does not give general picture. Expert opinions as a CSR-evaluation method are very informative for a company but different evaluations by different experts may be incomparable.

The most untrustworthy methods are scale and annual reports content analysis. The main problem is that companies can choose what to declare in their reports and thereby change the results. For example companies will not add any negative information about pollution or poor working conditions.



Relying on the research the suggestions from author are following:

As the society is still very little informed about CSR and don't know what to expect from companies it is very important for government to support projects that are made to inform society.

Also it is important to support compilation of new evaluation-tools that would be made considering Estonian little companies characteristics and limitations. So that little companies could start using these tools without making any big efforts. Government politics making CSR popular in public sector is very good example but this should also be done in private sector. It is important to make businessmen feel like they have an obligation to concern about CSR.

Government should work out an index using existing data to get an overview of Estonian CSR-situation. For example data from tax office or statistical office. This data should only been drawn together and analyze. This can give interesting and useful information for future progress and plans. Also this idea could be objective to some future research.